

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Antropologia – Cultura Material e Consumos, realizada sob a orientação científica da Prof. Doutora Filomena Silvano - Universidade Nova de Lisboa – FCSH.

Dedico esta tese à minha família.

Que a minha dedicação a este trabalho lhes sirva de incentivo.

AGRADECIMENTOS

Finalizada uma etapa particularmente importante da minha vida, não poderia deixar de expressar o mais profundo agradecimento a todos aqueles que me apoiaram nesta longa caminhada e contribuíram para a realização deste trabalho.

À Professora Doutora Filomena Silvano, o meu maior agradecimento por toda a disponibilidade e orientação prestada, pelo apoio incondicional e compreensão que sempre manifestou.

Ao Professor Doutor Rui Cidra, pela sabedoria transmitida ao longo destes meses.

Aos emigrantes que fizeram parte deste estudo, sem a sua disponibilidade, boa vontade, interesse e colaboração seria inviável a realização do mesmo.

Aos meus pais e familiares que fizeram de mim a pessoa que sou hoje e que sempre me apoiaram em todos os momentos da minha vida e me incentivaram a completar mais uma jornada.

À Sandra da Veiga, Victor Correia Lopes, Erica da Veiga, Domingas Furtado, Fábio Galvão, Ruth Monteiro e Débora Luz pelo apoio que me deram durante esta caminhada, mostrando-se sempre disponíveis na concretização deste projecto.

Por último, mas não menos importante, agradeço aos meus amigos, colegas de curso e a todos os professores que comigo partilharam do seu saber.

NOTA DE ABERTURA

O trabalho que aqui se apresenta resulta de uma investigação acerca dos objectos de consumos que são levados do exterior para Cabo Verde através da diáspora, no âmbito do mestrado em antropologia (cultura material e consumos) na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, com objectivo da elaboração da respectiva tese. O percurso percorrido desde a delimitação do objecto de estudo, o trabalho de recolha de informação e seu tratamento, até à elaboração do texto final desta tese, envolveram a colaboração e amizade de um conjunto de pessoas a quem fico eternamente grato.

Índice Geral

AGRADECIMENTOS	3
NOTA DE ABERTURA	4
RESUMO	7
INTRODUÇÃO.....	9
EMIGRAÇÃO CABO-VERDIANA E CONSUMOS	16
A emigração cabo-verdiana: Contexto e diversidade	16
Situação socioeconómica de Cabo Verde - A dependência externa.....	21
Comunidade cabo-verdiana em Portugal: Consumo, cultura e identidade.....	25
Cultura Material e Consumos: A identidade e a diferença.....	32
Remessas de Emigrantes (Objectos de Consumo)	40
Redução das Remessas: Os <i>Rabidantes</i> cabo-verdianos face à diáspora Chinesa e a crise económica - financeira	46
DA AREA METROPOLITANA DE LISBOA PARA CABO VERDE: OS VECTORES DE ANÁLISE	50
Apresentação dos Informantes.....	52
ESTUDO DE CASO	56
Breve Caracterização das zonas habitacionais	56
Os Informantes	59
As remessas nas palavras dos entrevistados	61
CONCLUSÃO	79
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	83
LISTA DE QUADROS	87
QUADRO 1 - Principais destinos da emigração cabo-verdiana.....	87
QUADRO 2 - Percentagem de cabo-verdianos que desejam emigrar, segundo os países de destino preferenciais	88
QUADRO 3 - Emigrantes cabo-verdianos por ilha de origem e país de acolhimento	89
QUADROS (4 e 5) - Circuitos de envios de produtos de consumo	90
QUADRO 6 - Os vinte principais núcleos de cabo-verdianos em Portugal.....	92

LISTA DE GRÁFICOS	93
GRÁFICO 1- Sexo e tempo de envio de objectos de consumo.....	93
GRÁFICOS (2 e 3) - A indispensabilidade e a versatilidade	94
GRÁFICO 4 - Importância das remessas	95
GRÁFICO 5 – Retorno para Cabo Verde	95
GRÁFICO 6 - Tempo de estadia em Portugal.....	96
GRÁFICO 7- Principal motivo da vinda para Portugal	96
GRÁFICO 8 - Média dos gastos com os produtos que vão nas bagagens e os que vão através das alfândegas.....	97
ANEXOS	98
ANEXO A - Situação geográfica	98
ANEXO B - Situação económica	99
ANEXO C - Situação demográfica	100
ANEXO D - Programa do Governo para a emigração	101
ANEXO E - Despachar Bagagem (Alfândegas de Cabo Verde)	102
ANEXO F - Despachar mercadoria (Alfândegas de Cabo Verde)	103
ANEXO G - Importação (2010)	104
ANEXO H - Excesso de bagagem (Taxa aplicada)	108
ANEXO I - Localização de Cabo Verde no Mapa	109
ANEXO J - Local de estudo	111
APÊNDICE: QUESTÕES ORIENTADORAS DA INVESTIGAÇÃO.....	115

RESUMO

Trata-se aqui de abordar os impactos da presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora, na modificação, criação, assim como na difusão da cultura de consumo, procurando evidenciar algumas características que demonstram tratar de assuntos relevantes no campo dos estudos antropológicos.

Para tal, escolhi como objecto de estudo a comunidade cabo-verdiana residente na cidade de Lisboa, reconhecendo-a como uma das comunidades de emigrantes com uma permanência mais prolongada em Portugal, mas que mantém ainda contactos com os seus familiares e traços culturais de origem muito acentuados.

Este trabalho nasce da necessidade de aperfeiçoar os estudos ligados à cultura material e consumo na nova forma de produção acelerada, ligada a uma sociedade cada vez mais consumista. A partir delas, os indivíduos comunicam e sentem-se incluídos no colectivo. O acto de possuir ou desejar bens torna-os distintos ou iguais aos demais membros de seu grupo sociocultural.

Pretende-se compreender a existência de uma relação de interdependência complexa entre contextos culturais e práticas de consumo.

O porquê da valorização dos produtos levados do estrangeiro através da diáspora constitui um tema complexo e que traz um número elevado de questões em torno de consumo na nova conjuntura industrial, que torna-se cada vez mais globalizada, criando diferenças entre classes, grupos e a sociedade em geral.

Este estudo procura também explicar até que ponto a cultura de consumo é significativa para definir a identidade de cada indivíduo, ligando a questão do “ter” à questão do “ser”.

Estas interrogações, e muitas outras, estiveram na base de uma primeira reflexão sobre o objecto da investigação que está na base desta dissertação.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura de Consumo, Objectos, Emigração, Identidade, Cultura Material, Diáspora.

ABSTRACT

This paper addresses the impacts of the presence of acquired objects in Cape Verde by the diaspora in the modification, creation, and dissemination of the consumer culture. In addition, it is an attempt to examine features that deal with relevant issues in the field of anthropology.

To this end, I chose as a subject the Cape Verdean community that resides in Lisbon, recognizing it as one immigrant community with a history of longevity in Portugal, which still keeps in touch with relatives in Cape Verde and maintains cultural traits in a very pronounced manner.

This piece of work emerges out a need for improved studies which are connected to the material culture and consumption in the new manner of accelerated production, linked to an increasingly consumerist society. From this, individuals communicate and feel included in the collective. The act of owning or wishing for goods and/or property, make different from or the same as other members of their socio-cultural group.

It is intended to extend understanding of the existence of a complex interdependent relationship between cultural contexts and consumption practices.

Reasons given for the valuation of goods brought from abroad through the diaspora constitute numerous and complex issues, bringing with them a number of issues around industrial consumption in the new era, which is becoming increasingly global, creating differences between classes, groups and society in general.

This study also looks for an explanation as to what extent the consumer culture is significant in establishing the identity of each individual, linked to the question of "having vs. existing".

These questions and many others were developed from a first reflection on the subject of the research that underlies this thesis.

KEYWORDS: Consumer Culture, Objects, Immigration, Identity, Material Culture, Diaspora.

INTRODUÇÃO

A presente investigação/dissertação aspira a estudar e explicar as representações e as influências dos objectos de consumos levados para Cabo Verde do exterior, pela diáspora, a partir da análise das opiniões dos emigrantes residentes em Portugal que estabelecem contactos frequentes com os seus familiares que habitam em Cabo Verde.

É um facto incontornável que ao longo do último século a cultura da sociedade industrial se tornou, em um grau crescente, uma cultura baseada num mundo de objectos produzidos e distribuídos em massa. Sendo assim, Cabo Verde não fica indiferente a este facto, pelo que uma das questões orientadoras deste estudo prende-se com o objectivo de perceber as repercussões dos produtos que vão nas bagagens dos emigrantes, os seus valores, os seus consumos, as suas difusões, assim como os seus impactos na modificação dos hábitos de consumos dos residentes em Cabo Verde.

“Os estudos de consumo poderão demonstrar como é que, numa qualquer sociedade, os objectos podem servir para criar e manter relações sociais, ou para proceder à construção activa de formas particulares de cultura, ou para mediar valores fundamentais”¹

A questão supracitada foi, posteriormente, desdobrada em várias sub-questões conforme se apresenta na metodologia de forma a identificar a natureza da informação a pesquisar, analisar, sistematizar e problematizar, permitindo assim a concretização dos objectivos gerais enunciados.

Cabe salientar que a discussão relativa à noção e expressão “cultura material” ganhou uma outra vertente, isto é, deixou de ser um tema meramente académico, passando a fazer parte de questões de análises sociais. Observou-se um aumento significativo de estudos que tenta dar um significado e compreender a noção e a expressão “cultura material”.

Desta forma, a partir do século XX, os estudos ligados ao consumo conhecem um novo patamar, sendo perceptível um movimento geral de ultrapassagem das

¹ DUARTE, Alice, **Novos Consumos e Identidades em Portugal**. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Antropologia, Junho 2007.

tendências moralizantes e dominantes e uma expansão do estudo da mercadorização e dos bens de massa implicando a revisão de muitos dos estudos anteriores.

Segundo Alice Duarte (2007), vários foram os factores que contribuíram para esta nova etapa, “entre eles não deve ser tido como irrelevante o trabalho realizado por historiadores e outros investigadores que genericamente interessados no consumo ocidental, fazem a sua história – desde as Arcadas e Grandes Armazéns parisienses (M. Miller, 1981, Williams, 1982, Chaney, 1983, Laermans, 1993, Lancaster, 1994), aos Malls americanos (Benson, 1986) – e acabam invariavelmente por interligar essa história com a História da própria Modernidade, conduzindo à identificação do consumo como uma das categorias chave deste período em que vivemos.”²

Apesar disto, ainda há algum vazio no que toca os estudos ligados a este tema, pode-se referir o contexto etnográfico de Cabo Verde como um exemplo prático desta realidade, por constituir uma matéria de investigação ainda incipiente, justificando assim a pertinência da escolha do terreno no quadro deste trabalho.

Este facto se justifica pela mudança significativa que se tem verificado nos hábitos de consumo em Cabo Verde, considerado um país multicultural, resultado das influências culturais que são levadas nas bagagens dos emigrantes. Como Miller (1987)³ defende, o modelo de consumo contemporâneo pode ser visto não tanto como aquilo que a cultura industrial nos força a ser, mas pelo que nos permite ser através dela e, assim, o consumo supera a dimensão de mera extensão das condições e relações sociais geradas pela organização da produção.

Para construir a sua negação, afirma que “*consumption ought to be seen as a process in which a general, abstract and alien object (a commodity) could become transformed into something that is its very opposite.*” Miller, (1987).

A partir do momento em que se generaliza a concepção das mercadorias produzidas em massa como podendo sofrer recontextualizações singulares, através da sua apropriação pelos sujeitos, o consumo de bens passa a apresentar novas

² DUARTE, Alice, **Novos Consumos e Identidades em Portugal**. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Antropologia, Junho 2007.

³ Miller, Daniel - **Material culture and mass consumption**, Oxford, Blackwell, 1987.

possibilidades de utilização enquanto idioma para o desenvolvimento de relações sociais e produção de identidades.

O trabalho supracitado de Miller (1987) constitui um bom exemplo de análise que explicita estratégias diversas, pelas quais os consumidores se apropriam de bens disponíveis no mercado e os usam activamente para esses fins.

O mesmo autor tem como foco o consumo como prática cultural e está interessado no modo como um bem material pode ser transmutado e redignificado em diferentes espaços e contextos.

Para além da motivação acima referida, as razões que justificam a escolha deste trabalho resultam do número relativamente alargado de produtos que chegam a Cabo Verde por meio de residentes no estrangeiro, que estimulam a apropriação dos mesmos, causando ou proporcionando diferenças culturais. Além do interesse simbólico e cultural desta matéria, parece ainda proporcionar um trabalho de campo vasto e diversificado em termos da quantidade de informações que poderão, eventualmente, ser trabalhadas de forma profunda e, conseqüentemente, permitir ilações interessantes sobre um assunto ainda pouco explorado no panorama editorial cabo-verdiano.

Este projecto de investigação assume, claramente, o estatuto de primeira abordagem, ou estudo exploratório, no que diz respeito às perspectivas de análises e às estratégias metodológicas que o conduziram.

Os problemas que têm surgido à volta das questões dos consumos permitem-nos fundamentar alguns aspectos pertinentes, para a sua avaliação na actual conjuntura social. Vários autores têm-se debruçado sobre a problemática deste tema, antes designado como assuntos “periféricos, secundários e femininos” (Featherstone, 1995)⁴.

Em Cabo Verde, no plano editorial é um tema pouco explorado, como disse anteriormente. Contudo, há necessidade de o trabalhar com mais frequência, nomeadamente as remessas de emigrantes, a sua recepção e a sua valorização em Cabo Verde através das opiniões dos residentes na diáspora.

A forma de apropriação de objectos como meio de “distinção social” (Bourdieu, 1979)⁵ constitui um elemento fundamental que ajuda a caracterizar a comunidade cabo-

⁴ FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo, Studio Nobe1, 1995.

⁵ BOURDIEU, P. **La distinction**, Paris, Minuit, 1979.

verdiana na diáspora. Estes objectos de consumo criam diferenças nas posições e comportamentos sociais.

Segundo Bourdieu (1979), os estilos de vida tornam-se uma noção que, reunindo conjuntos de traços distintivos, é usada para definir as características de agrupamentos sociais diversos – muitas vezes, fracções de classe – segundo o seu modo de uso de alguns bens. Neste sentido, é como se os estilos de vida fossem capazes de fornecer características, através das quais pudéssemos aceder à topografia dos diferentes agrupamentos sociais em função dos respectivos bens consumidos.

Baudrillard (1972)⁶ afirma que a sociedade industrial, ao ampliar a quantidade de bens materiais produzidos cria não só a noção de necessidade de consumo de produtos, como também a necessidade de consumo de signos. Os objectos de cultura material são consumidos, não porque satisfazem as necessidades naturais, mas porque são signos de distinção social.

Com o intuito de problematizar as discussões, tornou-se necessário enfocar elementos do discurso que evidenciam a questão da “presença dos objectos” (Baudrillard, 1995), ligada à emigração, referente a uma comunidade emigrada com as mesmas causas e os mesmos objectivos.

“No mundo actual em que estamos totalmente rodeados por objectos, não de homens. O ser humano, apesar de ser criador de seus utensílios, apesar de ter o poder de criá-los, se sente dominado por eles. Vivemos por e para os objectos. O mundo em que vivemos está controlado por máquinas, elevadores que nos levam de um andar a outro, electrodomésticos, a televisão que nos distrai de outros afazeres mais importantes etc. Embora não saibamos, somos totalmente escravos e dependentes das máquinas e dos objectos”. Baudrillard (1995)⁷

As várias mudanças que têm surgido na forma de consumo de produtos alteraram as possibilidades e as formas de exercício da cidadania. O que acontece é que muitas diferenças nacionais persistem.

⁶ BAUDRILLARD, Jean. **A moral dos objetos. Função-signo e lógica de classe**. In MOLES, Abraham et al. *Semiologia dos objetos*. Petrópolis: Vozes, 1972.

⁷ BAUDRILLARD, Jean, **A sociedade de consumo**, Lisboa, Edições 70, 1995.

Nesta perspectiva, Canclini (1995)⁸ mostra que para vincular consumo com cidadania precisamos desconstruir algumas concepções, como, por exemplo, aquelas ligadas ao facto de relacionarmos o consumo sempre a um acto irracional. Para o autor, quando seleccionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, assim como o modo de nos integrarmos e de sobressairmos na sociedade.⁹

Este trabalho pretende, também, discutir a questão reflexiva que os estudos da cultura de consumo apresentam, ou seja: “a forma como os estudos do consumo e da cultura conquistaram um lugar mais importante na análise das relações sociais e das representações culturais” – (Featherstone, 1995)¹⁰. Sendo que estes até recentemente eram designados como secundários, periféricos e femininos, em oposição à centralidade atribuída à esfera de produção e à economia, mais masculinas.

Segundo o mesmo autor, compreender as relações da cultura de consumo e o pós-modernismo implica, antes de mais nada, estar a par do que foi e tem sido escrito a respeito do pós-modernismo.

É pertinente referir que os estudos sobre a comunidade cabo-verdiana residente em Portugal constituem matérias de reflexões de alguns escritores ligados às ciências sociais, nomeadamente Vicente (1998), Batalha (2004), Gois (2005) e Graci (2008). Estes retratam os comportamentos, os valores e as características que permitem identificar esta comunidade através dos hábitos, da cultura e do comportamento social.

Devido à forma de concentração dos demais membros desta comunidade emigrada, torna-se cada vez mais difícil caracterizá-la como “única e una” (Batalha 2004)¹¹. Entretanto, este estudo não tem como objectivo “desvendar” a realidade e as características identitárias dos cabo-verdianos residentes em Portugal, mas sim relacionar o contexto migratório com o consumo e as remessas de produtos adquiridos na diáspora.

Ao realizar este trabalho pretende-se alcançar os seguintes objectivos:

⁸GARCIA Canclini, Néstor. **Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización**. México: Grijalbo, 1995.

⁹ Ver o capítulo referente à cultura material e consumos – identidade e diferença.

¹⁰ FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São e1, Paulo, Studio Nob1995.

¹¹ Batalha, Luís. **The Cape Verdean Diaspora in Portugal: Colonial Subjects in a Postcolonial World**. New York: Lexington Books, 2004.

Gerais:

- Desenvolver uma abordagem inovadora que integre a pertinência dos estudos da cultura material e dos estudos de consumo na discussão dos processos da emigração e das construções identitárias.
- Desenhar e testar uma abordagem metodológica e um conjunto de instrumentos de análise que permitam responder às questões anunciadas.
- Fundamentar a análise da cultura material como um elemento relevante para o entendimento dos processos de criação de identidades.
- Discutir a cultura material enquanto factor de agregação, coesão social e afirmação cultural.
- Compreender a relação estabelecida entre a diáspora e os residentes em Cabo Verde.
- Afirmar a relevância da cultura material e do consumo na actual conjuntura da globalização através da observação dos seus efeitos em Cabo Verde.

Específicos:

- Analisar a forma como são consumidos os produtos levados pela diáspora para Cabo Verde através da visão dos emigrantes.
- Estabelecer a diferenciação dos usos dos produtos produzidos em Cabo Verde e dos que são para lá levados pela diáspora.
- Procurar identificar as influências do consumo de produtos levados pela diáspora na mudança de hábitos e costumes do povo cabo-verdiano.
- Procurar compreender o papel que os produtos levados pela diáspora têm na construção de projectos individuais ou familiares de emigração.

Esta dissertação subdivide-se em 4 capítulos e alguns anexos alusivos ao trabalho de campo.

No capítulo 1, faz-se uma pequena apresentação, com o intuito de explicar o que se pretende com este estudo, e um levantamento de questões chave que permitem definir o objecto e a pertinência do estudo.

Teoriza-se as questões do desenvolvimento de Cabo Verde e a sua dependência externa, dando ênfase à situação socioeconómica e ao ritmo de crescimento, enquanto país de desenvolvimento médio.

Apresenta-se um enquadramento teórico do processo da emigração cabo-verdiana, com realce para Portugal, com referência às etapas migratórias, assim como os principais acontecimentos que determinaram a emigração em massa desta comunidade.

Dentro deste enquadramento teórico, faz-se uma abordagem dos aspectos que caracterizam, identificam e contextualizam esta comunidade através, principalmente, dos seus hábitos e comportamentos como emigrantes.

Fala-se das questões ligadas às remessas de emigrantes, os produtos que são enviados para Cabo Verde e as suas influências na criação de identidades, através da aquisição de novos hábitos de consumo.

A finalizar, neste capítulo, pela sua pertinência, faz-se uma abordagem teórica da cultura material e consumos (identidade e diferença), com apoio nas referências bibliográficas ligadas a este tema na actual conjuntura socioeconómica em que estamos inseridos.

No capítulo 2, (metodologia) explicita-se as técnicas utilizadas no trabalho de campo, apresentando posteriormente uma descrição teórica e aprofundada das análises conjuntas que constituem o cerne desta dissertação, apresentando o processo de selecção dos terrenos e dos informantes, como também as justificações das escolhas. A finalizar, expõe-se a forma como se desenvolveu o instrumento de recolha de dados, dando ênfase à escolha de atributos e níveis para a análise.

No capítulo 3 apresentam-se os resultados finais, a sociografia dos informantes, a caracterização dos terrenos e as análises dos resultados obtidos no terreno.

Para completar, este trabalho termina com algumas referências e conclusões que posteriormente irão abrir novos caminhos e fomentar estudos ligados a este tema.

A EMIGRAÇÃO CABO-VERDIANA: CONTEXTO E DIVERSIDADE

«Cabo Verde e os cabo-verdianos constituem «Avenidas de Comunicação» com o resto do Mundo». (Gaudino Cardoso, 2006)¹²

Os cabo-verdianos são descendentes de antigos escravos africanos e de brancos europeus, sendo a população maioritariamente mestiça. A emigração faz parte da realidade do arquipélago, pois mais de metade da população vive fora do país.

Falar da emigração cabo-verdiana é bastante pertinente, visto que a sociedade cabo-verdiana é uma das mais emigradas nos contextos migratórios desde os tempos primórdios. No passado, foi facilitada pela grande circulação local de navios de longo curso. Como é sabido, em Cabo Verde, devido à escassez de recursos naturais (solos pobres, seca, entre outros) e à pobreza económica da sociedade, desde cedo a emigração se converteu na única saída para a população que aí habitava.

“Ora, a emigração é considerada o elemento definidor da sociedade cabo-verdiana pela forma como a mobilidade atingiu o arquipélago desde sempre (dados de início da saída, destinos, quantos, mulheres, fluxos actuais), transformando-se num facto social total”. (Iolanda Évora, 2009)¹³.

A população residente, resultante de uma mestiçagem entre colonos europeus e escravos africanos que se fundiram num só povo, o crioulo, representava, segundo estimativas do Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde, cerca de 480.000 habitantes em 2006, numa proporção de 48 por cento de homens e 52 por cento de mulheres. Nos meios urbanos concentra-se a maior parte da população (55 por cento da população), Santiago é a ilha mais populosa, com mais de 50 por cento dos habitantes, seguindo-se São Vicente (15 por cento) e Santo Antão (11 por cento). Instalados em 4.033 km², o que resulta numa densidade populacional média de 119 Habitantes/Km², composta por três “grupos étnicos”, Mestiços (71 por cento), Africanos (28 por cento) e Europeus (1 por cento).

¹² CARDOSO, Gaudino José Tavares (2006), **Migrações Cabo-verdianas, novos movimentos sociais transnacionais e “Localismo”** – Trabalho de investigação realizado no âmbito das actividades curriculares de doutoramento em sociologia / “Pós-colonialismo e cidadania Global”, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2006.

¹³ÉVORA, Iolanda. **A diáspora cabo-verdiana e a ideia de nação**, 2009.

A taxa de crescimento da população, dependente dos fluxos migratórios, situou-se, no decénio 2000-2010 (data do último censo populacional), em cerca de 2,4 por cento, valor que se manteve constante até 2005. De aí em diante se prevê que a mesma estabilize em torno dos 1,9 por cento. Os agregados familiares, em 2006, eram constituídos, em média, por 4,9 membros (5 no meio rural e 4,5 no meio urbano).

O fenómeno migratório cabo-verdiano envolve um número significativo de núcleos espalhados por três continentes: África, Europa e América do Norte. Se do ponto de vista absoluto o conjunto das populações de origem cabo-verdiana no exterior é relativamente reduzido, quando comparado com outras grandes diásporas mundiais, a sua dimensão relativa (superior à população residente no próprio país) e o seu grau de dispersão tornam-na um caso interessante. Este movimento é o mais antigo e mais regular entre África e Europa, como se pode facilmente depreender da literatura disponível.

“Trata-se, evidentemente, do movimento migratório mais antigo do período recente, desencadeado na segunda metade do século XX (Gusmão, 2005)¹⁴.”

A emigração acabou por ser o motor do desenvolvimento do país, acabando por se constituir como um factor importante no crescimento económico.

É pertinente frisar que nos últimos anos se verificou uma alteração na estrutura da emigração cabo-verdiana, que aponta para maior presença da mulher, e o “facto estabelecido de que na sociedade cabo-verdiana a mulher é mais empreendedora do que o homem”. (Marzia Grassi, 2002)¹⁵.

A nível cultural o processo migratório teve os seus impactos positivos, mas do ponto de vista da formação de identidade cultural permite que haja uma modificação de alguns traços culturais, principalmente no que toca o tema em estudo, que é a cultura material e os consumos ligados aos produtos levados do exterior pela diáspora. Como já foi referido, esses produtos acabam por modificar a forma de consumo dos produtos produzidos em Cabo Verde, criando assim um novo contexto de apropriação e novos objectivos de consumo dos produtos levados do exterior.

¹⁴ GUSMÃO, N. M. M. de. **Os filhos da África em Portugal**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

¹⁵ Grassi, Marzia . **"Género, Empresariado e Desenvolvimento em contextos não ocidentais: Rabidantes do mercado Sucupira em Cabo Verde"**, *tese de doutoramento*, ISCTE, policopiado, 2002.

“Com intuito de caracterizar a emigração cabo-verdiana no século XX quanto à intensidade de países e de destinos, podemos sugerir quatro períodos: o primeiro até 1920, o segundo entre 1920 e 1950, o terceiro entre 1960 e 1980 e o quarto 1980 e 2000” (LOPES, 2005. p.32)¹⁶.

Há um número considerável de países que se constituíram enquanto espaços migratórios para os cabo-verdianos, mas de acordo com o contexto e objectivos deste estudo, trabalharei a emigração para Portugal com maior ênfase em relação aos demais espaços migratórios.

Pode-se estabelecer diferentes fases que caracterizam a emigração cabo-verdiana para Portugal:

Nos anos 50, Portugal funcionou como um ponto de passagem (placa giratória) para a emigração cabo-verdiana em direcção à Europa, função que nunca perdeu.

Nos anos 1961-1973, o governo português promoveu a vinda destes emigrantes a fim de colmatar a falta de mão-de-obra que se fazia sentir para as obras públicas (construção do metropolitano de Lisboa, Hotéis no Algarve, várias obras no Porto).

Calcula-se que, entre 1963 e 1974, tenham vindo para Portugal 104.767 emigrantes cabo-verdianos. A fim de apoiar esta emigração o regime da altura criou um Centro de Apoio aos Trabalhadores Ultramarinos.

Nos anos 1974-1975, na sequência da descolonização, no espaço de dois anos entraram em Portugal um número considerável de emigrantes. Na sua maioria eram funcionários públicos do Estado português, mas também muitos outros resolveram vir e optar pela nacionalidade portuguesa.

Nos anos 1976-80, as crescentes dificuldades sentidas em Cabo Verde, após a descolonização, empurraram para a emigração milhares de cabo-verdianos. É enorme o número dos que chegaram a Portugal nos anos 1980. As condições de acolhimento são as piores, devido à crise económica em que este país está mergulhado. Mais de 90% destes novos emigrantes instala-se na região de Lisboa-Setúbal, sobretudo nos

¹⁶ LOPES, Alexandre Andrade. **Memórias de um povo de emigrantes a trajectória dos cabo-verdianos no estado do Rio de Janeiro**. Monografia (graduação em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2005.

concelhos de Lisboa, Amadora, Oeiras e Loures. Muitos rumam para o Algarve e um menor número para a região de Aveiro-Porto-Braga.

“Nos meados do século 20, a imigração para Portugal era preservada a uma elite colonial relativamente pequena, eram estudantes, comerciantes e administradores, contudo mais tarde surgiu uma cadeia de imigração dos trabalhadores não qualificados que aumentou rapidamente nos anos 1960 e 1970, que foi facilitada por empresas portuguesas de construção” (Batalha, 2008)¹⁷.

A maior parte destes emigrantes, com elevados níveis de analfabetismo, emprega-se na construção civil, nos serviços domésticos e sociais, mas também na agricultura. Os baixos salários que auferem, as condições precárias em que vivem, deixa-lhes poucas possibilidades para saírem do estado de pobreza.

Os cabo-verdianos tornam-se rapidamente no maior grupo de emigrantes existente em Portugal. O número de ilegais supera largamente os que têm a sua situação regularizada.

Uma parte significativa desta nova vaga de emigrantes instala-se em improvisados bairros de barracas, que não tardam a transformar-se em autênticos “*guetos*” onde os problemas sociais se avolumam, como o tráfico de droga. Alguns membros desta comunidade são vítimas de atentados racistas.

Segundo as pesquisas de (Fontes, 1995)¹⁸, nos anos 90, os emigrantes cabo-verdianos estão longe de serem um grupo homogéneo, distinguindo-se diferentes grupos sociais de acordo com o seu nível de integração na sociedade portuguesa. Dois problemas surgem, com alguma frequência, associados a esta comunidade de emigrantes:

a) A desinserção social de um vasto número de jovens nascidos em Portugal, mas que não se identificam com o mesmo, nem com Cabo Verde.

b) O alojamento condigno que tarda em aparecer para milhares de cabo-verdianos, que continuam a viver em habitações degradadas ou improvisadas (barracas).

¹⁷ Batalha, LUIS, **Cabo-verdianos em Portugal: “comunidade” e identidade** - Comunidades (s) Cabo-verdiana (s): As Múltiplas faces da imigração Cabo-verdiana, 2008.

¹⁸ Lusotopia; Fontes, Carlos; “Emigração Cabo-verdiana”, 1995,(s.d. [a]) consultada a 23 de Maio, disponível em: <http://lusotopia.no.sapo.pt/indexCVMigrantes.html>.

As estatísticas apontam para mais de 63 mil cabo-verdianos que vivem em Portugal, segundo os dados do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) (2007)¹⁹. Mas as associações defendem que este número ultrapassa os 80 mil. Como já foi referido, a maioria (36 758) reside na área metropolitana de Lisboa.

¹⁹ http://www.sef.pt/documentos/56/DADOS_2007.pdf

SITUAÇÃO SOCIOECONÓMICA DE CABO VERDE – A DEPENDÊNCIA EXTERNA

«As ilhas de Cabo Verde possuíam (e possuem) uma economia pouco ou nada diversificada e extremamente pobre; são áridas, as terras aráveis são escassas, desprovidas de vegetação de tipo arbóreo. Uma possuem um sistema orográfico de acentuado relevo, com vales profundos, onde se situam as ribeiras e terras húmidas (Santiago, Santo Antão, São Nicolau e um pouco do Fogo). Outras são planas, formadas por autênticos areais, particularmente improdutivos (Maio, Sal e Boavista). As camadas do solo aproveitáveis são pouco extensas e de fraca espessura. A degradação das terras é notória. O clima é tropical, muito instável, em teoria com as clássicas duas estações anuais: a seca e a das chuvas. A pluviosidade é reduzida e irregular. Em consequência as estiagens são frequentes e prolongadas, a bem dizer cíclicas (de 5 em 5 anos, de 7 em 7 anos e mais); ou as precipitações irregulares, extemporâneas, anulam a germinação e o desenvolvimento das plantas e a produção de géneros de sustentação decai e, desse modo, as carências alimentares tornam-se graves» (António Carreira, 1997)²⁰

De acordo com os dados do censo 2010 divulgados, há alguns dados que devem ser referidos para uma melhor compreensão socioeconómica de Cabo Verde, tais como:

A população cabo-verdiana residente é inferior a meio milhão de habitantes, 492 mil, sendo 50,5 por cento mulheres e 49,5 homens.

Do total de habitantes do arquipélago, quase 62 % vive na zona rural, cerca de 27% está concentrado na Capital e mais de 54 % tem menos de 25 anos de idade.

O estudo revela ainda que 54,4 % da população é solteira e 51,9 % dos agregados familiares são chefiados por homens.

Quanto à religião, a católica lidera com 260 mil fiéis, seguida pelo racionalismo cristão com 6.262, a muçulmana com 6.008 e os nazarenos que têm 5.644 membros.

Sobre a imigração, os números dizem que os naturais da Guiné-Bissau lideram a imigração em Cabo Verde com 5.544, seguidos dos senegaleses com 1.634 e dos portugueses com 1.281.

²⁰ CARREIRA, António (1977), **Migrações nas Ilhas de Cabo Verde**, Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.

Cabo Verde serviu durante longos anos muitas rotas entre a África, Europa e América, como um entreposto geopolítico de grande importância, sem grandes recursos, com um crescimento económico interessante tendo como factor de desenvolvimento e de progresso da sociedade o seu recurso humano. O seu posicionamento geográfico, a sua história e a sua cultura fazem dele um país aberto ao mundo, onde a política externa ocupa um lugar central na sua estratégia governativa.

É pertinente salientar que é um pequeno estado africano que tem a particularidade própria dos pequenos estados, o que não pode ser ignorado na análise da sua estrutura política, social e principalmente económica. Por ser um pequeno estado, a sua economia é aberta e tem uma forte dependência do comércio e da ajuda externa, assim como das remessas dos emigrantes residentes na diáspora. O país tem algumas dificuldades em atrair investimentos externos e o sector público é o principal empregador num mercado de trabalho formal limitado.

A emigração constitui um fenómeno constante na história da sociedade cabo-verdiana. Foi a partir de meados do século XIX que ela se transmutou num valorizado factor de transformação social e económica, não só pela grandeza e pela sequência dos fluxos mas, sobretudo, pela forma singular de articulação que estabeleceu entre o arquipélago e as "economias" do Atlântico.

A economia do país, em virtude do clima desértico em todo o território, ressent-se de uma carência generalizada de recursos naturais, tornando-se bastante dependente de importações, sobretudo de produtos alimentares e bens de equipamento, e de ajuda externa.

“É portanto fácil de compreender que Cabo Verde dependa, em larga medida, do exterior. O peso da ajuda pública ao desenvolvimento e das remessas dos emigrantes torna-se fundamental para sustentar a evolução da economia” (Grassi, 2002)²¹

Isto é, como pequena economia aberta numa envolvente cada vez mais globalizada e competitiva, Cabo Verde é muito condicionado pela conjuntura externa, tendo também em conta a sua pouco desenvolvida base produtiva.

²¹ GRASSI, M. (2002). **Género, Empresariado e Desenvolvimento em Contextos Não Ocidentais. Rabidantes do Mercado Sucupira em Cabo Verde.** Dissertação de Doutoramento em Economia.

Segundo Grassi, “ a situação económica de Cabo Verde é caracterizada pela escassez de recursos naturais devido a sua situação geográfica e climática, que determina uma actividade agrícola muito precária” (Grassi, 2003)²².

Deste modo, a economia cabo-verdiana enfrenta alguns problemas e restrições que dificultam o seu desenvolvimento.

Esses problemas são decorrentes de um conjunto de constrangimentos estruturais como, por exemplo, falta de recursos naturais, forte pressão da população sobre estes meios, reduzida dimensão territorial, insularidade, descontinuidade territorial, escassez de recursos hídricos, secas prolongadas, reduzido potencial de terra cultivável, localização geográfica à margem das correntes principais do comércio internacional, forte ritmo de crescimento demográfico, exiguidade do mercado de trabalho, pobreza e as heranças coloniais. Todos estes problemas são evidentes no país.

O desenvolvimento de Cabo Verde tem sido marcado, nas últimas décadas, por avanços e recuos resultantes da vulnerabilidade económica do país, da pobreza em termos de recursos naturais, de uma fraca base produtiva e de uma forte dependência em relação aos fluxos financeiros externos. Assim, o peso da ajuda pública externa ao desenvolvimento e as remessas dos emigrantes tornam-se fundamentais para sustentar a economia.

O efeito mais evidente da estratégia de desenvolvimento adoptada em Cabo Verde parece ser o aumento do comércio de importação. Esta estratégia parece não ter conseguido, até agora, estimular nos actores locais a mobilização de ser um país que vive de uma forte dependência externa, dados os fracos recursos naturais e económicos. Ou seja, vive em grande parte de remessas provenientes dos familiares residentes no exterior, nomeadamente em Portugal (local de estudo), Estados Unidos, Holanda e França, entre outros.

Cabo Verde tem uma superfície utilizável economicamente muito limitada e sem riquezas minerais significativas. A agricultura é caracterizada pela extrema dependência das chuvas, que são fracas e mal distribuídas no tempo e no espaço. Deste modo, isso acaba por se tornar um grande problema do País, na medida em que a produção

²² GRASSI, M. **Rabidantes, comércio espontâneo transnacional em Cabo Verde**, ICS, 2003.

agrícola, por depender basicamente das chuvas, não garante a segurança alimentar da população.

Os recursos do mar são potencialmente importantes, mas o seu aproveitamento ainda é pouco significativo. O principal sector económico cabo-verdiano é o terciário, em particular o comércio (pelo seu peso no PIB), os serviços governamentais (pelo seu impacto); as comunicações (pela sua dinâmica); a construção civil (pelo seu impacto); e a agricultura (pelo seu peso e importância estratégica na criação de emprego, fixação das populações e redução da pobreza) apesar de escassez das chuvas.

Pode-se afirmar que o futuro da economia cabo-verdiana encontra-se no sector de serviços, sendo o desenvolvimento dos serviços internacionais a vertente privilegiada. Há que destacar o sector do turismo como a área de maior potencial, e que pode dar uma maior contribuição para o desenvolvimento do país, uma vez que este é um sector que está crescendo muito em Cabo Verde devido à própria condição geográfica e climática, que permite o seu desenvolvimento e atrai investimento externo.

COMUNIDADE CABO-VERDIANA EM PORTUGAL: CONSUMO, CULTURA E IDENTIDADE

“A partir de meados dos anos 60 começou a destacar-se na paisagem urbana de Lisboa um número significativo de Africanos. Tratava-se, na sua maioria, de trabalhadores cabo-verdianos recrutados naquele arquipélago (que na altura atravessava um período de seca) pelo governo de Marcello Caetano, com vista a tentar colmatar a escassez de mão-de-obra que então se fazia sentir em Portugal” (Lopes, 1995).²³

A comunidade cabo-verdiana é vista como grande e única, e encontra-se dispersa por várias e diferentes pequenas comunidades, cuja existência se verifica sobretudo ao nível das vizinhanças de bairro.

“Os cabo-verdianos estão na génese da imigração em Portugal nos últimos 50 anos uma vez que já nos anos sessenta se registava a sua vinda para trabalhar, maioritariamente na construção civil e obras públicas, na medida em que a forte emigração que se fazia sentir, aliada à mobilização de muitos milhares de jovens para o serviço militar, gerava deficits de mão-de-obra neste sector” (Machado, 1994)²⁴.

“The size of the diaspora communities is difficult to ascertain. It is widely claimed that the diaspora population is twice as large as the resident population, but there is little demographic evidence for this claim” (Carling, 1997)²⁵.

A maior parte dos emigrantes cabo-verdianos em Portugal são vistos racialmente pela sociedade dominante como mulatos ou pretos, sendo muito poucos os que conseguem passar por brancos.

²³ Filho, João Lopes (1995) “O estigma da faca. Cabo-verdianos em Portugal”, in Racismo e Xenofobia, edições cosmos.

²⁴ Machado, Fernando Luís (1994) “Luso-Africanos em Portugal”, in Sociologia. Problemas e Práticas, 1994, nº 16, Lisboa: CIESDS, ISCTE, pp. 111-134.

²⁵ Carling, J. (1997) ‘Figuring out the Cape Verdean Diaspora.’ Cimboa, 4(2):3-9.

A maior parte desses emigrantes são *badius*, o que quer dizer oriundos da Ilha de Santiago, contrastando assim com a velha elite colonial portuguesa cabo-verdiana que se instalou em Portugal após a independência das colónias²⁶.

A comunidade cabo-verdiana encontra-se praticamente em todo o território português, mas a maior concentração verifica-se na região de Lisboa e Vale do Tejo e dentro desta preferencialmente nos concelhos da grande Lisboa: Amadora, Lisboa, Sintra e Loures.

É vista como uma comunidade com a sua própria identidade e organizada em torno de representações sociais de raça, etnicidade, educação e classe que, associados, determinam a sua posição social dentro da sociedade portuguesa e, nas suas próprias comunidades locais, entre eles mesmos. A educação constitui um factor determinante na sua divisão social e distinção de classe.

Segundo as formas de representação da própria comunidade, pode-se estabelecer uma divisão de dois mundos sociais distintos: primeiro tem que ver com o grupo que possui educação secundária ou superior, visto como uma “elite”, e o segundo dos migrantes com pouca ou nenhuma educação escolar. Os que integram a “elite” fazem parte dos estratos médios e superiores da sociedade portuguesa, e nasceram e foram criados durante as últimas décadas do colonialismo (é pertinente destacar que os mais velhos ainda vivos nasceram na década de 1920 e conseguiram a cidadania portuguesa após a consolidação da independência de Cabo Verde, em 1975). Muitos mantiveram a nacionalidade cabo-verdiana assimilando os demais aspectos da cultura portuguesa.

Muitos dos cabo-verdianos com instrução média e superior saíram de Cabo Verde ainda jovens ou crianças para estudarem nas escolas e universidades da então “metrópole” e nunca mais regressaram. Na altura, uma educação secundária era o suficiente para garantir um lugar confortável na administração colonial espalhada por todo o “império” português.

Os cabo-verdianos constituem o grupo contemporâneo de emigrantes com níveis de consolidação mais significativos no contexto da sociedade portuguesa. A existência

²⁶ A palavra *badiu* do crioulo de Cabo Verde deriva provavelmente do português vadio que se aplicava aos escravos fugidos ao domínio dos senhores e que optavam por viver em comunidades remotas no interior das ilhas. É uma categoria que os cabo-verdianos aplicam sobretudo aos habitantes da Ilha de Santiago, tidos como os que maior ligação têm à população escrava de origem africana.

de um núcleo inicial que antecipou em quase vinte anos as emigrações laborais que se iniciaram em meados dos anos 80 constitui uma das justificações para esta situação.

Constituem uma das mais importantes comunidades de emigrantes em Portugal, quer em termos numéricos, quer históricos.

Com um ponto de partida bastante desfavorável em termos profissionais e residenciais, caracterizado por uma fraca diversificação do leque de actividades, por uma inserção nos segmentos menos qualificados e socialmente mais desvalorizados do mercado de emprego e por uma concentração espacial que não se pode dissociar da incapacidade de acesso aos segmentos formais do mercado de habitação, detectam-se hoje alguns indícios de uma trajectória socioprofissional positiva.

É importante salientar a forma como os emigrantes se relacionam com o país natal. É de realçar também que a maioria destes contactos são estabelecidos pelos residentes em Cabo Verde, através da comunicação social e da família em Portugal. Muitos já se deslocaram a Cabo Verde desde que estão em Portugal, mas são mais aqueles que somente mantêm contactos com o país de origem.

A principal razão da viagem a Cabo Verde são as férias, em particular no fim do ano e em Agosto/Setembro, sobretudo entre os mais jovens, pois à medida que se avança na escala etária, cresce o número dos indivíduos que se deslocam a Cabo Verde, quer por ocasião de acontecimentos familiares (casamentos, óbitos, etc.), quer para tratar de assuntos pessoais. Os filhos dos emigrantes que lá nasceram são os que menos viajam a Cabo Verde, mas após a primeira deslocação deslocam-se mais regularmente.

O envio de objectos de consumo é também uma forma recorrente entre os emigrantes de manter o contacto e de ajudar os familiares que permaneceram em Cabo Verde.

A nível de hábitos e cultura de consumo, houve uma transmutação profunda em relação aos primórdios da emigração, visto que os emigrantes na maioria eram pessoas que habitavam nas zonas rurais de Cabo Verde, não tinham qualquer contacto com as inovações e não acompanhavam o ritmo de crescimento industrial e produção de novos objectos de consumo. Na pluralidade dos casos, os primeiros contactos com esta

“produção moderna” só foram possíveis com a emigração, como refere Luís Batalha (2004)²⁷.

“A maior parte dos emigrantes vinha das zonas rurais de Cabo Verde e não estava familiarizada com os produtos de consumo de massas que a então metrópole oferecia à sua classe operária. O rádio portátil, o fogão a querosene (mais tarde a gás) e o candeeiro a gás elevaram o padrão de consumo da primeira geração de imigrantes cabo-verdianos a um nível nunca sonhado em Cabo Verde. Os mercados e feiras ambulantes da metrópole permitiram também pela primeira vez àquelas pessoas vestirem-se à vontade com roupas a preços acessíveis”. Luís Batalha (2004).

A fixação dos emigrantes cabo-verdianos em Portugal não implica necessariamente uma ruptura dos laços com a sociedade de origem. Pelo contrário, observamos dentro desta comunidade o reforço destes laços que participam na formação de comunidades transnacionais.

Cabe salientar que, a nível das práticas culturais e difusão da cultura cabo-verdiana na diáspora, mais concretamente em Portugal, são vistos pela comunidade cabo-verdiana de uma forma positiva, pela maneira como vivem o dia-a-dia entre amigos e conhecidos, exibindo sempre que é possível as facetas da cultura dita “tradicional cabo-verdiana”, nomeadamente através da gastronomia, jogos, músicas e danças.

“...O cabo-verdiano “fixou lugares” ao recriar nos “Bairros” os ambientes tradicionais da sua cultura de origem, em que a organização do espaço, os vínculos de parentesco e os rituais simbólicos - religiosos são a afirmação de identidade que marca as “diferenças” entre imigrados e nativos, tornando-se uma espécie de “ameaça psicológica” para estes.” (Lopes, 1995).²⁸

A gastronomia constitui um factor fundamental que representa e identifica a comunidade cabo-verdiana. Há aqueles a quem durante os finais de semana não pode

²⁷ BATALHA, Luís (2004). “**Contra a corrente dominante: histórias de sucesso entre caboverdianos da segunda geração**”. Etnográfica, v. VIII n° 2.

²⁸ Filho, João Lopes (1995) “**O estigma da faca. Cabo-verdianos em Portugal**”, in Racismo e Xenofobia, edições cosmos.

faltar uma “*Cachupa*”²⁹ como a refeição do dia. Habitualmente não constitui a refeição só da família, mas também dos amigos, vizinhos e conhecidos da zona, tentando assim mostrar esta faceta gastronómica de Cabo Verde, constituindo um pilar fundamental da construção, reconstrução e reprodução da identidade sociocultural cabo-verdiana, como referido anteriormente.

“Através do consumo, torna-se possível criar universos simbólicos transnacionais, “comunidades de sentimento”, identidades prospectivas, partilha de gostos, prazeres e aspirações” (Appadurai, 1996)³⁰. Que, ao seu modo, ligam local, região e país de origem ao local, região ou país de destino” (Góis, 2008)³¹.

Em relação aos ritos sociais e culturais verifica-se um certo entusiasmo nas suas preservações e difusões, como por exemplo a realização de várias festas/actividades em honra a alguns Santos, onde se agrupa um número avultado de emigrantes cabo-verdianos, vive-se um ambiente acolhedor, exibindo desta forma as várias facetas do povo cabo-verdiano.

Como objecto de estudo, isto acaba por distinguir e realçar, mais uma vez, a cultura de consumo como um factor que permite a aproximação e a criação de uma realidade não presente, fazendo-a estar presente através de consumos de objectos classificados como “produtos de Cabo Verde”.

Achei pertinente também introduzir a questão da música produzida na diáspora (neste caso em Portugal) e o seu consumo em Cabo Verde, mostrando de uma forma moderada as suas influências no contexto migratório e na formação da comunidade cabo-verdiana em Portugal.

²⁹ **Cachupa** é um prato típico da gastronomia de Cabo Verde. Distingue-se entre Cachupa Rica (elaborada com vários tipos de carne), e Cachupa Pobre (feita apenas com peixe). A distinção entre os tipos de Cachupa tem a ver com o facto de a Rica conter carne, o que torna o prato mais caro, e apenas acessível à população com mais meios.

³⁰ Appadurai, Arjun. **Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization**. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1996.

³¹ Góis, Pedro - **Comunidade (s) cabo-verdiana (s). As múltiplas faces da imigração Cabo-verdiana, Org, 2008**.

A emigração e a música são dois traços distintivos dos cabo-verdianos. A vivência em contextos fortemente marcados pela emigração tem sido pensada como um factor fundamental na construção do modo de ser cabo-verdiano.

A música é uma das principais formas de comunicação usada para colocar em contacto as demais comunidades cabo-verdianas residentes em Portugal. Com forte presença na vida dos cabo-verdianos, tanto em situações quotidianas quanto em eventos de carácter ritual, a música tem desempenhado diversas funções no contexto migratório. A sua importância enquanto consumo pode ser percebida entre os habitantes do arquipélago, nas comunidades da diáspora e ainda nas relações que se prendem entre aqueles que partiram e os que estão nas ilhas de Cabo Verde.

O consumo da música tem apresentado um significado especial em processos de construção e reconstrução identitárias, que são importantes numa sociedade repleta de emigrantes. A música constitui uma peça fundamental na criação da ideia de ser cabo-verdiano, ajudando na integração dos cabo-verdianos no exterior, bem como na sua readaptação no retorno ao país natal.

Depara-se com vários artistas que tentam reproduzir a realidade da diáspora através da música e essas músicas maioritariamente são enviadas para Cabo Verde, onde se verifica um consumo massivo das mesmas. Este ciclo começou a ser construído na década de 1950 e 1960 em Portugal.

“Os fonogramas gravados durante as décadas de 50 e 60 em Portugal foram amplamente difundidos em Cabo Verde e em centros da migração Cabo-verdiano, contribuindo para a fixação de um repertório popular”.³²

A forma como são consumidas em Cabo Verde as músicas produzidas na diáspora cria novas perspectivas futuras, principalmente para aqueles que aspiram a ser futuros artistas. A música tem-se mostrado especialmente significativa na construção de representações sobre a emigração. As ideias e valores produzidos e divulgados através da música têm auxiliado na orientação e construção de projectos migratórios daqueles que decidem deixar a sua terra natal.

³² Enciclopédia da Música em Portugal no Século XX.

“O cantor (Bana) promoveu a vinda para Lisboa de jovens músicos que despontavam na cidade do Mindelo, São Vicente, a fim de desenvolverem carreiras como músicos acompanhantes.”³³

Há um número considerável de pessoas que decidiram deixar o seu país natal em busca de melhores condições de vida no estrangeiro. Tendo a música como expressiva forma de representação cultural e percebendo-a como parte fundamental do próprio sentido de ser cabo-verdiano, não são poucos os emigrantes que acabam enveredando pelo campo musical enquanto fazem uma nova vida no país de acolhimento.

A maioria dos emigrantes aspiram adquirir fonogramas e objectos ligados à cultura expressiva para enviar aos familiares residentes em Cabo Verde, estas que expõem algumas facetas da emigração e instituem o bel-prazer para os residentes em Cabo Verde, constituindo assim um factor basilar na estruturação de planos migratórios.

“A aquisição de bens como instrumentos musicais, tecnologias de reprodução do som e fonogramas, constituíram prioridades nos consumos de migrantes que, de regresso às ilhas ou permanecendo fisicamente distantes, transmitiram a populações não migrantes o seu bem-estar económico, demarcaram identidades culturais, reforçaram redes de parentesco e de amizade”.³⁴

Como grande parte dos emigrantes cabo-verdianos, os músicos também procuram retornar ao arquipélago sempre que possível. Em visita à terra natal, realizam espectáculos e ajudam a divulgar as músicas que eles e outros conterrâneos produzem no exterior. Imbuídos em suas músicas vão também ideias e valores, fruto da vivência desses cabo-verdianos no exterior. Nesse fluxo que se estabelece através da música, mantém-se o diálogo entre os que partiram e os que ficaram, permitindo a manutenção dos elos que os unem.

³³ Enciclopédia da Música em Portugal no Século XX.

³⁴ Cidra, Rui. **Produzindo a música de Cabo Verde na diáspora**: Redes transnacionais, world music e múltiplas formações crioulas - Comunidade (s) Cabo-verdiana (s): As Múltiplas Faces da Imigração Cabo-verdiana, 2009.

CULTURA MATERIAL E CONSUMOS: A IDENTIDADE E A DIFERENÇA

“À nossa volta, existe hoje uma espécie de evidência fantástica do consumo da abundância, criada pela multiplicação dos objectos, dos serviços, dos bens materiais originando como que uma categoria de mutação fundamental na ecologia da espécie humana”.³⁵

(Baudrillard in, A sociedade de Consumo)

Pretende-se com este capítulo fazer uma pequena abordagem alusiva à cultura material e consumos, apresentando os vários aspectos da representação e da aquisição de objectos materiais e as suas repercussões na modificação e na formação de identidade, através das principais referências bibliográficas que teorizam esta temática.

De acordo com os objectivos deste trabalho, este capítulo expõe também como é que os cabo-verdianos residentes em Cabo Verde se apropriam e se relacionam com os objectos levados da diáspora e como organizam a vida baseada em relações de consumo.

A relação estabelecida entre a aquisição de produtos e o consumo não é determinada pela necessidade do consumidor, ou seja, o consumidor não procura comprar aquilo de que necessita, mas sim aquilo que a faz sentir diferente dos outros, isto é, o próprio fenómeno do consumo esconde motivações invisíveis aos menos atentos e imperceptíveis no nosso quotidiano, mas que influenciam a quase totalidade das nossas acções.

Independentemente da nossa idade, nível económico ou cultura sofremos uma série de interferências de factores como: a nossa personalidade; a percepção que temos das coisas (das nossas também); as nossas atitudes; a aprendizagem, ou seja, o que sabemos, aprendemos e de como utilizamos as informações que nos chegam das pessoas que podem ser da nossa família, amigos, parentes, vizinhos, colegas de trabalho, artistas, grupos específicos em que participamos e que de alguma forma nos levam a ser iguais ou que nos fazem comportar de forma a sermos aceites por eles. O consumidor é influenciado a consumir itens diversos que estão dentro do que é designado de moda ou de tendência de consumo.

³⁵ BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo** (Tradução de A. Morão). Lisboa, 1975.

O estilo de vida é também um grande motor do nosso consumo, pois na medida em que passamos a fazer parte de novos contextos social, político, económico e profissional, nos são exigida uma série de adequações a comportamentos, adaptadas com esta ou aquela realidade.

Os mais diferentes processos de informações que nos levam a ter interesse, desejo, curiosidade ou até fixação por esse ou aquele item e que nos faz buscá-los e tê-los, a “qualquer preço”, e as publicidades, que com seus estímulos variados, que vão desde frases de impacto, cores que possuem suas funções específicas, pessoas que estão em alta, etc., estímulos que são utilizados nos diversos médias para nos atrair, envolver e chamar a atenção.

Pode-se salientar que a aquisição de produtos obedeceu a uma lógica compreensível, ou seja obter para consumir, para suprir necessidades, ou para conquistar algo longamente ambicionado.

Para exemplificar até que ponto o consumo domina as nossas acções, pode-se referir o caso de um jovem de 17 anos que vendeu um rim para poder adquirir um objecto de consumo, satisfazendo assim os seus desejos enquanto consumidor e apreciador de objectos materiais.

“Um jovem chinês de 17 anos diz ter vendido um rim para comprar um iPad 2. O rapaz afirma ter visto um anúncio no jornal onde ofereciam dinheiro por aquele órgão. O jovem resolveu responder ao anúncio uma vez que "queria muito ter um iPad 2 mas não tinha dinheiro”.³⁶

A expressão “cultura de consumo” evoluiu para outro patamar, passou a ocupar um espaço na linguagem quotidiana. O homem nos dias actuais, principalmente nas sociedades industriais ocidentais, porém não exclusivamente nelas, considera-se na obrigação de consumir algo. A verdadeira necessidade não é mais um factor primordial no acto de consumo, as mercadorias duráveis foram transformadas em perecíveis, a sua vida útil foi diminuída propositadamente, os produtos passaram a ser substituídos periodicamente, pelo incitamento à novidade e pelo medo causado por uma possível perda de *status* social.

³⁶ Jornal Asemana de 09 de Junho de 2011 - <http://www.asemana.publ.cv/spip.php?article65077&ak=1>.

Baudrillard (1975)³⁷ salienta que para entender a cultura de consumo é preciso antes analisar como o homem se relaciona com os objectos em geral na sociedade de consumo. A vivência cultural está incluída nesse sistema de relação com os objectos como algo mais a ser consumido.

Este mesmo autor, introduz a noção de existência de uma *ambiência*, logo na primeira página, dizendo que “o homem na sociedade contemporânea vive cercado por objectos e estabelece com eles uma nova relação”. Contrariamente às sociedades tradicionais simbolicamente estruturadas, nas quais os objectos eram apropriados na sua singularidade, na sociedade de consumo os objectos não são mais considerados isoladamente, mas sempre em relação uns com os outros, valendo não pela sua utilidade singular, mas sim pela sua representação. Para entender esta relação com os objectos que nos cercam, Baudrillard introduz vários conceitos, como os de *Profusão*³⁸, *panóplia*³⁹ e *drugstore*⁴⁰.

Esse padrão está tão presente na nossa sociedade contemporânea, que se faz imprescindível notar que até alguns indicadores sociais, utilizados para a avaliação da qualidade de vida populacional, se baseiam na diversidade e quantidade de bens de consumo que uma família possui.

Pode-se referir que a sociedade cabo-verdiana sofreu uma mudança radical, passando a ser vista como uma “sociedade de consumo”⁴¹, devido à forte influência da emigração, ou seja, mudaram-se os padrões de um antigo modelo de sociedade para um novo, que substituiu antigos valores e comportamentos dos consumidores por uma nova base de consumo⁴².

³⁷ BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo** (Tradução de A. Morão). Lisboa, 1975.

³⁸ Facto de vivermos cercados por uma espécie de “vegetação” rica em objectos - signo, miticamente vivenciada como algo em abundância.

³⁹ Joga luz no facto de que os objectos são apropriados sobretudo como signo de algo, sempre apresentados em conjunto, como uma colecção na qual o valor de cada objecto só se explica em função do seu encadeamento, da série na qual se insere.

⁴⁰ (como os novos centros comerciais) exemplifica esse novo ambiente que pratica a amálgama de signos e cria uma nova ambiência totalmente climatizada e homogeneizada.

⁴¹ Quando refiro a sociedade de consumo, não a compara com as grandes potências mundiais, mas sim uma sociedade que possui um tipo específico de cultura material, ou seja, tem uma forma particular de lidar com os objectos onde o consumo de massa representa mudanças fulcrais nos modos de produção mas também no imaginário e nas lógicas de significação dos objectos.

⁴² Esta causa de apropriação dos produtos levados da diáspora acaba por constituir um factor marcante no aumento da criminalidade e do insucesso no desenvolvimento pessoal dos jovens, ou seja, funciona como uma “bomba” de efeito moral e esta ambição de poder realizar o sonho de conseguir os objectos

A aquisição desses objectos possibilita o fortalecimento de comunicação entre os cabo-verdianos residentes e os emigrantes, visto que as necessidades são constantes, resultado de um fluxo constantemente renovado de mercadorias, o que consente um aumento do número dos pedidos desses produtos aos emigrantes.

Como cita Baudrillard (1975)⁴³, “o consumo não é apenas modo de comunicação com os objectos, mas com o mundo”.

O papel do consumo, como elemento em torno do qual são construídas as identidades sociais na realidade contemporânea, tem sido ressaltado por vários pensadores e pesquisadores das ciências humanas. Por exemplo, o sociólogo inglês Mike Featherstone (1995)⁴⁴ argumenta que as diferenças entre classes e grupos sociais são cada vez mais vivenciadas enquanto diferenças entre estilos de vida construídos a partir do consumo de mercadorias específicas. Segundo este autor, o consumo não pode mais ser visto a partir de uma perspectiva exclusivamente económica, ele possui uma dimensão cultural. Por outro lado, a cultura, ou seja, os mecanismos de construção das identidades sociais, não pode mais ser pensada separadamente da dimensão económica. Sendo assim, a sociedade contemporânea estaria fortemente marcada pela existência de uma cultura de consumo em escala mundial.

“O consumo, ele mesmo, surge como questão chave do desenvolvimento social da modernidade, reconhecendo-lhe um papel co-fundador da nova era”.⁴⁵

Como referido anteriormente o consumo assume nas sociedades actuais não só a função de preencher as necessidades mas também, entre outras, a de identificador social. Dizendo de outro modo, o valor não está no objecto em si mas nos significados que concentra e distribui a quem o possui. Assim sendo, o processo de aquisição passa pela importância e significado social desse acto para o grupo a que o sujeito pertence, e

desejados favorece uma possível atitude de crime, principalmente nos jovens desiludidos, desempregados e desafortunados, que por fim procuram um meio de compensação para esses desejos não satisfeitos. Neste ciclo alternativo temos as drogas, os gangues, a rebeldia, a violência, o baixo aproveitamento escolar, entre outros factores que oneram o futuro colectivo social.

⁴³ BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo** (Tradução de A. Morão). Lisboa, 1975.

⁴⁴ FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

⁴⁵ DUARTE, Alice, **Novos Consumos e Identidades em Portugal**. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Antropologia, Junho 2007.

esses produtos determinam quais as posições e funções sociais que o mesmo ocupará e desempenhará.

Essa distinção social associada à posse de objectos acciona a teia articulada para a captura de consumidores e movimenta importâncias enormes mediante as condições de milhões de sujeitos que vivem em busca de imagem pública e aceitação social.

Os sujeitos hoje em dia são mais autónomos e também responsáveis pela obtenção de produtos - procuram adquirir uma série interminável de significados distribuídos pelos excessivos produtos colocados em circulação nas teias do consumo. Fazem isso para sentirem-se parte integrante do grupo com o qual se identificam.

Contudo, se os sujeitos estão constantemente à procura de objectos que os habilitem a pertencer a um grupo, por que os rejeitam continuamente? O que ocorre é que a moda, na contemporaneidade, se baseia em duas lógicas: "a do efémero e a da fantasia estética" (Lipovetsky, 1989)⁴⁶. Assim sendo, constantemente os significados a serem consumidos pelos sujeitos são substituídos por outros considerados estética e momentaneamente "correctos" e aceitáveis. O que se percebe é que a renovação, o descarte, a surpresa e o divertimento são os valores que actualmente dinamizam o mercado. (Garcia-Canclini, 2006)⁴⁷.

As pessoas aprendem, desde muito cedo, a procurar aceitação social através do consumo. Na actual sociedade de consumo, a nova geração parece já ter compreendido que "um bom consumidor é um aventureiro e amante da diversão" (Bauman, 1999)⁴⁸. Nela os sujeitos são sucessivamente convocados para (e produzem-se para) viver em busca de novas sensações e significados.

Tais constatações nos levam a reflectir acerca da forte relação entre a aquisição de produtos e o processo de aceitação social dos sujeitos. E mais nos levam a admitir que o acto de consumir está conectado com a identidade.

⁴⁶ LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

⁴⁷ GARCIA-canclini, Nestor. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 6. ed. Trad. Maurício Santana Dias e Javier Rapp. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

⁴⁸ BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 1999.

Como foi referido pela Marta Vilar Rosales (2009)⁴⁹, “os indivíduos utilizam expressivamente o consumo para demarcar e materializar estratégias de distinção e identidade social”.

Debrucemo-nos um pouco sobre a questão posta no capítulo da apresentação - até que ponto a nossa identidade é definida pela cultura de consumo?

Actualmente, é quase um consenso dizer-se que o consumo expressa identidades que constituem grupos e hierarquias sociais bastante definidos.

Segundo Celia Lury (1997)⁵⁰, “*The argument is that consumer culture has contributed to the emergence and growth of object worlds that encourage forms of reflexivity in individual and collective identity*”.

O consumo constitui um contexto central para o desenvolvimento dos processos reflexivos de (re)construção identitária, o que permite usar as práticas de consumo enquanto materializações identitárias específicas dos sujeitos. Este consumo fornece um contributo importante para a compreensão e análise das questões centrais relativas à identidade ao possibilitar a construção de uma noção ideal de sujeito enquanto possuidor, não só dos bens materiais, mas do seu próprio *self*.

O consumo contribui para o cimentar de uma relação cada vez mais reflexiva com a identidade.

Diante da pós-modernidade e de um consumidor cuja subjectividade é plural e mutável, as teorias de consumo, que estão relacionadas com o pensamento da modernidade, necessitam ser aprofundadas para compreender o porquê da preferência dos produtos comerciais como pertença psicossocial, através de identidades revogáveis e temporárias.

Este estudo servirá como uma pesquisa exploratória, através de técnica de levantamento e discussões bibliográficas, com intuito de, tão-somente, argumentar e apontar caminhos e reflexões que incitem um questionamento sobre as doutrinas que regem o consumo, sendo elas, segundo Featherstone (1995)⁵¹: a economia, a sociologia e a psicologia.

⁴⁹ MARTA, Vilar Rosales. **Cultura Material e Consumos**: Uma Introdução. Celta Editora, 2009.

⁵⁰ LURY, C. **Consumer Culture**, Cambridge, polity press, 1997.

⁵¹ FEATHERSTONE, Mike; SIMÕES, Julio Assis (Trad.). **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo, SP: Studio Nobel, 1995.

A cultura de consumo tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias, que deu origem a uma vasta acumulação de cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo.

“Há também a concepção mais estritamente sociológica de que a relação entre a satisfação proporcionada pelos bens e seu acesso socialmente estruturado é um jogo de soma zero, no qual a satisfação e o status dependem da exibição e da conservação das diferenças em condições de inflação. Nesse caso, focaliza-se o facto de que as pessoas usam as mercadorias de forma a criar vínculos ou estabelecer distinções sociais. Por último, reflecte-se, a questão dos prazeres emocionais do consumo, os sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista e em locais específicos de consumo que produzem diversos tipos de excitação física e prazeres estéticos (Featherstone, 1995).”

Seguindo a reflexão de Featherstone pode-se salientar que a satisfação depende da própria aceitação dos outros perante o bem de consumo adquirido, facto que acontece sempre com os produtos levados do exterior pela diáspora. No caso em estudo esses são recebidos e aceites com prazer e satisfação, não por serem diferente dos que são produzidos no país, mas sim pelo facto de serem levados do exterior e de um país que teoricamente tem a possibilidade de produzir produtos melhores dos que são produzidos em Cabo Verde.

Cabe salientar que esses produtos são usados não só para bem-estar e constante satisfação das necessidades primárias, mas também como uma forma de criar e “produzir efeitos de distinções sociais”(Bourdieu 1979)⁵².

Segundo a teoria do Featherstone, a questão dos sonhos e desejos acaba também por constituir factores determinantes na decisão da compra e da constante modificação da cultura material.

É nesse contexto de constante satisfação dos sonhos e desejos de transformação das identidades cada vez mais provisórias e “em construção” (Hall, 2006)⁵³, que o consumo aparece como uma das formas possíveis de expressão das identidades. Desta

⁵² BOURDIEU, P. **La distinction**, Paris, Minuit, 1979.

⁵³ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

forma, aquilo que é consumido diz muito a respeito de cada indivíduo e também do colectivo (grupo, comunidade, movimento cultural) a que ele se reporta a partir das escolhas que faz de bens (materiais ou imateriais) e serviços. A decisão de adquirir determinado bem ou serviço é determinada pelo estilo de vida. Ou seja os bens são a expressão daquilo que somos, pois conforme diz Colin Campbell (2006)⁵⁴, “nós não somos o que compramos, mas compramos aquilo que somos”.

⁵⁴ CAMPBELL, Colin e BARBOSA, Lúvia (org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

REMESSAS DE EMIGRANTES (OBJECTOS DE CONSUMO)

“O envio de objectos e bens de consumo pelos emigrantes para as famílias que deixam para trás é uma forma de ligação entre os cabo-verdianos de ambos os lados do Atlântico” (Almeida, R. A. 1995) ⁵⁵

A existência de largos milhares de emigrantes cabo-verdianos espalhados pelo mundo e que, no seu total, é superior ao número de residentes em Cabo Verde, deixa bem claro o valioso papel que as remessas enviadas por estes assumem no desenvolvimento do arquipélago.

A maioria destes emigrantes reside nos Estados Unidos da América e na União Europeia, com destaque para Portugal (Local de Estudo) mas abrangendo igualmente países como a Holanda, a França, o Luxemburgo, a Espanha, a Itália etc.

Já existem alguns trabalhos sobre a emigração cabo-verdiana em Portugal. No entanto as remessas dos objectos de consumo continuam como um objecto de estudo virgem com pouca ou nenhuma referência estatística ou pesquisa aprofundada. Esta secção procura levantar dados que possibilitem compreender a relação do emigrante cabo-verdiano com as remessas de objectos de consumo, os motivos e a utilidade das remessas desses objectos.

Verifica-se um acréscimo acentuado do envio de objectos de consumo para o país natal que são, na maioria, solicitados pelos familiares e amigos residentes em Cabo Verde. Essas remessas passam a ser entendidas como um motivo chave para o emigrante deixar o país.

O envio desses produtos nem sempre é apenas para o consumo dos familiares residentes em Cabo Verde, servindo também para construir uma identidade do emigrante.

“O objecto é o ponto de partida, como realidade básica da qual se pode desprender um universo de informações e colocações” (Barreto, 1996) ⁵⁶.

⁵⁵ ALMEIDA, R. A. (1995) Nos ku Nos: **A Comunidade Transnacional cabo-verdiana**.

⁵⁶ BARRETO, Maria de Lourdes **H. Educação Patrimonial. Boletim do Museu Imperial**. Petrópolis, RJ, 1996.

“As remessas enviadas regularmente pelos emigrantes aos seus familiares no país de partida têm o efeito de atrair grande número de patrícios para a emigração, desencadeando, assim, novas correntes migratórias”. (Monteiro, 2005)⁵⁷.

Isto é, através dessas remessas, os residentes em Cabo Verde acabam por conhecer um pouco e ter visões em relação aos possuidores dos referidos produtos. É nesta óptica que elas acabam por constituir um forte elemento de atracção na construção de novos projectos migratórios.

Pode-se constatar que a maioria dos emigrantes não gozam do produto do seu trabalho no país da emigração, pelo contrário, optam por viver em condições precárias, com a finalidade de construir reservas e investir em remessas de produtos para a terra natal.

Contudo, parte-se do princípio que o sonho de qualquer pessoa que se dispõe a deixar o seu país é encontrar condições económicas em que se possa desenvolver. Para isso, prepara-se para sacrifícios inaceitáveis para a maioria, como já foi referido, muitos dos emigrantes que vêm para Portugal têm um reduzido nível de instrução e poucos sabem falar a língua do país que os recebe, mas estão dispostos a enfrentar mentalidades diferentes e trabalhos pesados. Se parte só, é porque a sua preocupação é elevar o padrão de vida da família, através do envio de produtos e de dinheiro, ou de voltar com recursos suficientes para abrir um negócio. Se viaja com a família, procura economizar para adquirir bens na própria terra, para onde sonha voltar reformado. As suas remessas, por pequenas que sejam, são regulares, passam a contar para a família e, indirectamente, contribuem para a economia local.

A ambição de poder enviar os produtos para a terra natal constitui um facto do bel-prazer e é um dos objectivos primários nos seguimentos da emigração. Cabe também referir que essas remessas acabam por criar divisões na sociedade cabo-verdiana, visto que os que recebem constantemente esses produtos concebem um estilo de vida divergente das demais camadas sociais.

⁵⁷ MONTEIRO, Augusto César - **As remessas de emigrantes, factor de fortalecimento da Nação diaspORIZADA e dinamizador da estrutura familiar cabo-verdiana**. Conferência Internacional sobre Migração e Diáspora Cabo-verdiana, Lisboa – 2005.

De uma forma geral os emigrantes vêm para Portugal para trabalhar em busca de um projecto de vida em Cabo Verde. Os primeiros anos de emigração são os mais importantes para as remessas de objectos.

A fixação do emigrante cabo-verdiano tem na família um factor determinante. A maior parte dos emigrantes que ficam por mais tempo vieram com a família, trouxeram-na depois de estabelecidos ou a construíram em Portugal. A família indica um enraizamento e a volta a Cabo Verde passa a ser vista como uma decisão conjunta: o casal imigrante para voltar tem que deixar o seu emprego e os filhos têm que deixar a escola. A fixação do emigrante implica a redução do fluxo de remessas. Grande parte das remessas estão ligadas a um projecto de vida em Cabo Verde. É pertinente referir que o dito “emigrante novo” é o mais assíduo utilizador destas remessas de objectos de consumo.

“As remessas dos emigrantes cabo-verdianos constituem a maior fonte de divisas estrangeiras do país, que em 2000 tinha 69 por cento dos seus 450 mil habitantes a trabalhar fora do arquipélago, segundo um relatório da ONU divulgado ontem ao final do dia.”⁵⁸

Estas remessas são muito importantes, principalmente porque desempenham um papel crucial na formação e na criação da comunidade transnacional, projectam o impacto das migrações nas relações internacionais e estimulam a sinergia das comunidades.

Este poder de remessas acaba por criar um ciclo “vicioso”, se é que não podemos designar de influência psicológica na aquisição de cultura material, visto que esses produtos que são enviados ou levados para Cabo Verde, comumente podem ser encontrados em Cabo Verde com o mesmo preço de venda na diáspora. Porém, a psicologia do espaço de compra acaba por incutir na decisão de compra, ou seja, esses, por serem vendidos em Cabo Verde, perdem uma parte do valor que lhe é atribuído, independentemente da marca e do local de produção.

⁵⁸ Jornal **asemana.publ.cv**, notícia do dia 20 de Julho de 2007.

“O consumismo pode ser uma armadilha psicológica”. (Márcia, 2007)⁵⁹

Poder-se-á dizer que isto tem as suas repercussões no desenvolvimento e crescimento dos pequenos comércio e na economia do país, dado que esses produtos que são solicitados à diáspora são transportados pelos familiares ou amigos que vão passar férias em Cabo Verde e estão isentos de pagamentos de quaisquer taxas, desde que não transcenda o limite de peso prescrito pela companhia. Ou seja, como sabemos, grande parte do valor que se envia não passa pelos meios oficiais nem pela estatística. Temos, por exemplo, aquilo que não se pode chamar remessas, já que foge aos meios legais, passando de mão em mão, através de familiar em férias no país do destino do migrante, pessoa amiga, “*rabidante*”⁶⁰, etc.

Uma questão importante que favorece o aumento das remessas dos objectos de consumo tem que ver com a política de garantia. Nos países mais desenvolvidos, há uma certa segurança e garantia dada pelos vendedores na aquisição de qualquer produto, o que transmite uma certa confiança aos clientes. Isto diverge dos países menos desenvolvidos, como é o caso de Cabo Verde, onde a política de garantia não é executada, constituindo assim um factor fulcral no acréscimo de remessas de objectos para Cabo Verde.

O funcionamento e as dinâmicas das redes de cabo-verdianos em Portugal têm visto um aumento cada vez mais importante do número de emigrantes que se movimentam entre Cabo Verde e os países de acolhimento da diáspora. Estes ocupam assim uma posição preponderante no que diz respeito à reprodução material da sociedade.

De entre as remessas dos objectos materiais, após alguns contactos no terreno, pode-se verificar que os produtos mais solicitados à diáspora são calçado e vestuário, que comumente são levados pelos familiares ou amigos que vão passar férias em Cabo Verde. Destaca-se também os materiais informáticos e mobílias de casa, apesar de serem enviados com menos frequência e serem utilizados normalmente para o auto-consumo quando vão de férias.

⁵⁹ Tolotti, Márcia - **As armadilhas do consumo**, Editora: Coleção Expo Money – Editora Campus/Elsevier, 2007.

⁶⁰ São chamadas de “rabidantes”, em Cabo Verde, as pessoas que se dedicam ao comércio informal no principal mercado da capital cabo-verdiana.

Pode-se destacar também o exercício do mercado informal, como principal campo de aumento das remessas para Cabo Verde. Apesar de esses produtos serem enviados para usos familiares, acabam por ser também colocados no mercado informal, principalmente daqueles que os recebem com mais frequência, e que sentem a necessidade de vendê-los para poderem comprar outros produtos de primeira necessidade. Assim, o próprio mercado informal emergiu através dessas remessas de objectos, em que os emigrantes tinham como propósito adquirir produtos na diáspora e enviar para os seus familiares residentes em Cabo Verde para a posterior venda e aquisição de outros produtos, como referido anteriormente. Como consequência disto, um grande número da população residente em Cabo Verde vive actualmente do mercado informal.

“Cerca de 32 mil é o número de pessoas que trabalham no sector informal, revela o Instituto Nacional de Estatística através de um estudo hoje tornado público. O grosso situa-se na ilha de Santiago, com incidência na Praia. Aliás, a economia informal é um fenómeno muito mais urbano do que rural, e é caracterizado por várias precariedades”⁶¹.

Resumindo, este mercado informal, resultado do envio de objectos de consumo através da diáspora, acaba por “destruir” a economia do país, originando também algumas mudanças de padrões culturais, devido à obtenção de novas identidades de consumo.

“O sector informal é fortemente marcado pela precariedade, não havendo vínculos entre os operadores e as instituições públicas – casos das Finanças e da Previdência Social. Nulas ou frágeis são, igualmente, as tentativas de formalização, apesar do forte contributo para a criação do emprego e, por esta via, redução do desemprego. No entanto, mais de 82% das UPI funcionam com uma única pessoa, ou seja, trabalhador por conta própria, e apenas 3,5% funcionam com mais de três trabalhadores”⁶².

Em suma, é pertinente frisar que, indubitavelmente, os envios de produtos contribuem para o aumento do bem-estar material do emigrante e da sua família.

⁶¹ <http://asemana.sapo.cv/spip.php?article57593&ak=1>.

⁶² <http://asemana.sapo.cv/spip.php?article57593&ak=1>.

Em situações de rendimentos fracos e instáveis, esses produtos desempenham uma função por vezes vital, cobrindo as necessidades básicas das famílias. Face às secas, à fome e outras crises, as remessas funcionam como redes de segurança ou garantia para as famílias. Neste sentido, podem ser vistas como um pacto entre o emigrante e a sua família, segundo o qual presta auxílio à família. Prevalece portanto uma motivação altruísta.

REDUÇÃO DAS REMESSAS: OS RABIDANTES CABO-VERDIANOS FACE À DIÁSPORA CHINESA E A CRISE ECONÓMICA-FINANCEIRA

Neste capítulo, procedo a um conjunto de clarificações teórico tendo em vista exhibir as razões que conduzem a redução das remessas dos produtos para Cabo Verde.

Pretende-se também mostrar o posicionamento e as opiniões dos *rabidantes* cabo-verdianos a par das novas concorrências que se têm verificado no mercado mundial e, particularmente, em Cabo Verde.

O mercado cabo-verdiano vê-se hoje inundado de produtos chineses. Mais baratos, disponíveis mais rápido e onde quer que seja, a concorrência da indústria chinesa tem sido uma dolorosa experiência em muitos casos.

Independentemente das acusações de falta de qualidade de grande parte desses produtos, o certo é que os contentores chegam aos portos cabo-verdianos. É certo que algum mal-estar tem causado junto dos comerciantes cabo-verdianos que se vêem igualmente aflitos para suportarem os preços dos produtos chineses.

Como foi referido anteriormente, a maioria dos emigrantes tencionam criar os seus negócios a par das remessas dos produtos para Cabo Verde, através da prática do mercado informal. Todavia, actualmente deparam-se com algumas adversidades que os impedem de apostar nesta via para o crescimento das suas economias.

A crise que se tem verificado actualmente constitui para muitos a maior adversidade relativa às remessas dos produtos, como referido anteriormente. O baixo salário que auferem e o elevado valor das despesas deixam-nos limitados no que toca às remessas dos produtos para a terra natal.

Todavia, no geral os emigrantes e comerciantes apontam, primordialmente, a falta de mercado e a falta de capital inicial e de expansão como sendo os principais factores constrangedores das actividades dos *rabidantes*.

Acusam igualmente a falta de apoio do Estado e melhores condições de trabalho como factores inibidores da criação e desenvolvimento dos negócios. No entanto, a concorrência “desleal” é vista como um problema maior. A concorrência das lojas comerciais chinesas é apontada como responsável pelo seu actual fraco desempenho.

Os comerciantes chineses abriram as lojas, um pouco por todo país. Vendem os seus produtos por preços inferiores aos do mercado, sendo que essas mercadorias segundo os entrevistados são de “péssima qualidade”.

Cabo Verde, nos últimos anos, tornou-se o destino de considerável número de imigrantes chineses que se dedicam ao comércio geral e em moldes comuns a outros países no mundo, que se caracteriza pela venda de mercadoria de baixo custo e de baixa qualidade. De acordo com os entrevistados os chineses têm facilidades nas alfândegas para o despacho e importação da mercadoria em relação aos emigrantes e comerciantes cabo-verdianos, facto que implica uma redução constante das remessas dos produtos para Cabo Verde.

É bom referir que, no total dos entrevistados que mantêm contactos com os seus familiares através das remessas dos produtos com objectivo de serem postos no mercado informal, não houve ninguém que não se referisse com preocupação a este problema actual de concorrência.

Como frisou uma das entrevistadas (Joaninha) *“É claro, gosim nu ta envia menos produtos pa famílias na Cabo Verde pamodi venda ka sta kuase e kata compensa mandal pa ser vendido pa preço baixo moda na loja chinês pamodi nu kata tem lucro suficiente, mas tudo keli têm a ver ku entrada brusca de comerciantes chineses na Cabo Verde.”*⁶³

Isto advém da crescente predominância no comércio mundial dos países como a China, outros países asiáticos e Índia, inviabilizando as vantagens comparativas de Cabo Verde que importa praticamente tudo o que consome e também em termos de custos de mão-de-obra na indústria têxtil, confecções e calçados para produtos de massa, o que reduz o preço dos seus produtos.

O comércio chinês está a modificar o mercado informal em Cabo Verde, tornando-se em certos casos uma “ameaça” para os concorrentes cabo-verdianos. Nas cidades da Praia e do Mindelo, várias lojas abriram falência para, nos seus lugares, surgirem as lojas chinesas.

⁶³ “É claro, actualmente enviamos menos produtos para os nossos familiares em Cabo Verde porque as vendas vão-se diminuindo constantemente. Sendo assim não compensa mandar para serem vendidos ao baixo preço comparando com as lojas chinesas, porque não nos garante um lucro suficiente, mas tudo isto advém da entrada brusca de comerciantes chineses em Cabo Verde”.

Cabe referir que a esta predominância dos produtos provenientes da china em Cabo Verde, apesar de ter as suas repercussões negativas, visto pelos comerciantes em Cabo Verde, constitui também uma mais-valia para o país, visto que nem todas as pessoas possuem familiares na diáspora que lhes mandam produtos de consumo. Obviamente que estes produtos chineses que estão no mercado com baixo preço acabam por ser uma alternativa para essas famílias, vão ao encontro desses produtos como forma de satisfazer as suas necessidades a um baixo custo, visto que a maioria não possui condições financeiras para comprar os produtos que são vendidos pelos familiares dos emigrantes (*Rabidantes*).

O mercado chinês acaba, de certa forma, por equilibrar os processos de distinção social que são marcadas através de consumos de objectos materiais, isto é, a maioria das pessoas, actualmente, recorre as lojas chinesas para satisfazer as suas necessidades materiais, acabando desta forma por criar uma identidade social mais uniforme no que diz respeito a tipologia dos objectos de consumos.

Não se pode considerar o comércio chinês como factor determinante para a redução das remessas, convém também destacar de que maneira a crise económica que se tem deparado actualmente nos principais países acolhedores dos emigrantes cabo-verdianos, principalmente em Portugal (local de estudo). Os emigrantes enfrentam dificuldades enormes para pagar as suas despesas, explicadas pelo baixo valor do salário que auferem, o que lhes deixa com pouco recursos para o envio de produtos para Cabo Verde.

É pertinente referir que este facto está a agravar-se cada vez mais, visto que o emprego está cada vez mais escasso.

“O número de imigrantes desempregados inscritos nos centros de emprego aumentou quase 50 por cento num ano e nos dois primeiros meses de 2009 a subida foi 27 por cento, revelam dados do Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP)”.⁶⁴

Um facto importante, também que resulta desta crise financeira e da constante redução de remessas de produtos para Cabo Verde, tem a ver com a mudança dos remetentes e dos destinatários dos produtos, ou seja, antes deste contexto económico-financeiro os destinatários eram os residentes em Cabo Verde, sendo que os remetentes

⁶⁴ http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=1187512. Pagina consultada em 25.10.2011.

eram na totalidade os emigrantes residentes na diáspora, contudo depara-se com uma inversão de sentido, isto é, de acordo com os entrevistados e algumas análises no terreno, verifica-se que há um número considerável de emigrantes que todos os meses esperam pelo apoio material e financeiro dos seus familiares em Cabo Verde, que possuem um nível de vida bastante razoável que os deixa com margem para ajudar os seus familiares na diáspora. Porém, este facto verifica-se com maior frequência na camada estudantil, que é impedida de exercer funções laborais e que não possui rendimentos que lhe suportem os estudos.

Como referiu uma das entrevistadas (Erica) *“Antigamente nha irmã ta estudaba e trabadjaba li na Portugal, el ta mandaba tcheus produtos pa famílias na Cabo Verde, apesar de ser estudante, mas gosim nem ka tem trabadjo pa nu trabadja pa paga scola e ainda por cima pa manda pa Cabo Verde, kes pouco trabadjo que tem nós é impedido de fazel, solução é spera tudo mês pa bem apoio de Cabo Verde.”*⁶⁵

⁶⁵ “Tenho uma irmã que estudou e trabalhou em Portugal há alguns anos e mandava apoios materiais e financeiros todos os meses para Cabo Verde, apesar de ser estudante. Contudo actualmente não temos trabalho nem para pagar escola e ainda por cima para enviar para Cabo Verde. Os poucos que existem são-nos impedidos, todavia resta-nos esperar todos os meses pelo apoio dos nossos familiares em Cabo Verde”.

DA AREA METROPOLITANA DE LISBOA PARA CABO VERDE: VECTORES DE ANÁLISE

O trabalho de campo alicerçou-se em inquéritos por entrevista a cinco casas de emigrantes cabo-verdianos a residir em Portugal (na zona da grande Lisboa) há pelo menos três anos. Os inquiridos correspondem a uma “amostra de conveniência”, situação em que se opta por seleccionar familiares a que mais facilmente se possa aceder, nomeadamente através da indicação de amigos, ou tendo subjacente outros critérios em que existe a conveniência e a intencionalidade.

Em Portugal, neste caso país de acolhimento, as fontes de informação mais importantes são o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural e algumas obras que se debruçam sobre o contexto migratório cabo-verdiano. Além das fontes são realizados inquéritos no país de acolhimento, sobre o perfil do remetente, os canais utilizados, os objectivos das remessas, as relações estabelecidas com os familiares em Cabo Verde e os produtos que levam nas bagagens para Cabo Verde. Em suma, a metodologia consiste em consulta de literatura pertinente, análise documental e realização de entrevistas de campo.

A selecção do terreno e das casas em que decorreu a investigação foi totalmente condicionado pelas condições objectivas que marcaram a sua realização. Avaliados os meios e o intervalo de tempo para realizar, optei por seleccionar cinco casas pertencentes a concelho de Lisboa de fácil acesso.

De realçar que o número de pessoas por cada família teve também um peso preponderante na escolha dos informantes, ajudando a criar critérios e alcançar respostas de diferentes níveis, quer em termos de idade, do género e da ideologia.

A escolha do terreno teve como critério principal o facto de este espaço integrar um número significativo de emigrantes que potencialmente corresponderiam ao perfil dos grupos a integrar no estudo.

Para além desta justificação objectiva, pesou igualmente na decisão tomada o facto dos primeiros contactos com o terreno terem resultado positivamente.

No que respeita a opções metodológicas, de acordo com a especificidade do objecto de estudo, opta-se pelo recurso a uma metodologia qualitativa que permita

conjugar a realização de entrevistas em profundidade e a documentação audiovisual, de histórias de vida ligadas a emigração e pela observação directa nas casas dos emigrantes alvos de estudo, que constitui espaço privilegiado para a observação das dinâmicas espontâneas dos residentes.

Cabe mencionar que a perspectiva delineada nesta pesquisa é a que, segundo Minayo (1993)⁶⁶, consiste em pensar as actividades humanas e as relações repletas de significações. E seria este nível mais profundo, o objecto da pesquisa qualitativa, atenta ao quotidiano das relações, às aspirações, aos valores e às atitudes, que são expressos pela linguagem, ou seja, “corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenómenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (Minayo, 1993). Neste sentido, Minayo comenta que a fala, através da palavra, é o material fundamental para a investigação de cunho qualitativo, representando, através de uma fala individual, de um “porta-voz”, a colectividade e o contexto mais amplo. Assim, “a fala torna-se reveladora de condições estruturais, de sistema de valores, normas e símbolos” (Minayo, 1993).

⁶⁶ MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde.** São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.

APRESENTAÇÃO DOS INFORMANTES E RESPECTIVAS FAMÍLIAS

Passamos a caracterizar o agregado familiar dos entrevistados, nomeadamente, os seus hábitos, os seus costumes, a composição do agregado, entre outros aspectos que estiveram na base dos critérios de escolha do público-alvo.

Família 1 - Joaquina (Reboleira) – Trata-se de uma família composta por um casal, ele com 37 anos e ela com 33 anos, e por uma filha de 11 anos, um filho de 27 anos (primo da Joaquina) e uma avó de 75 anos. Vivem no centro da Reboleira, num rés-do-chão próprio, sendo esta residência da família desde 2006. A subsistência da família é assegurada pelo salário que o marido auferi pelo cargo de calceteiro desempenhado numa empresa de grande envergadura e da Joaquina que exerce a função de funcionária de limpeza numa residência.

Este casal sente-se hoje muito confortável com o rendimento familiar de cerca de 1.600 euros mensais que detêm e a maior parcela regular de gastos é a alimentação, seguida a educação da filha e do envio de ajudas para Cabo Verde.

Continuam a reproduzir muitos dos hábitos da vida quotidiana de Cabo Verde, através de participação em várias actividades organizadas pelas associações cabo-verdianas e pelos amigos da zona.

O prato favorito é a feijoada apesar de não terem o tempo suficiente para o fazer com frequência devido ao trabalho.

A nível das práticas de sociabilidade, é assinalável uma total entrega a contactos regulares com todos os parentes que se encontram a residir em Cabo Verde, a mesma é feita semanalmente com uma certa regularidade.

Eles possuem um grupo de amigos, com os quais se encontram semanalmente para contactos sociais, falam bastante ou quase sempre em Cabo Verde, nos seus familiares, nas notícias boas e más que ouvirem durante a semana.

Família 2 – Natersa (Reboleira) - Composta pela Senhora Natersa, mais uma filha de 28 anos e dois filhos de 33 e 24 anos e três netos. Esta família vive há alguns anos num rés-do-chão próprio localizado na Reboleira nas proximidades do estádio de Futebol José Gomes.

Esta família é sustentada com base nos rendimentos dos filhos que trabalham na construção civil, onde cada um ganha um valor aproximado de 750 euros líquidos. De acordo com as opiniões da senhora Natersa, o dinheiro que entra em casa no final do mês não é o suficiente para satisfazer as suas necessidades, contudo a mesma frisou que uma certa parcela deste rendimento é para compra de produtos/objectos de consumos para os familiares residentes em Cabo Verde, nomeadamente os irmãos e o pai que ali residem.

Nos finais de semana são notáveis as tipologias das confecções alimentares à moda cabo-verdiana. Numa semana fazem Cachupa, noutra fazem feijoada, assim sucessivamente.

É admirável o saudosismo vivido no seio desta família, falam constantemente nos seus amigos e familiares que estão em Cabo Verde, são visíveis as recordações na sala que os fazem lembrar de Cabo Verde.

Família 3 – Jorge (Falagueira) – Esta família comporta o casal, ela com 38 anos e ele com 40 anos, 2 filhos e 1 sobrinho. Vivem num apartamento T3 localizado em Falagueira.

Entraram em Portugal há 10 anos em busca de uma vida melhor, assim como todos os emigrantes.

A vida financeira desta família é bastante razoável, um dos filhos trabalha na restauração e o outro é estudante de 8ºano de escolaridade, o senhor Jorge trabalha numa empresa de produções de cartões de multibanco e a mulher trabalha numa loja de moda no centro comercial Dolce Vita Tejo.

Viajam para Cabo Verde todos os anos para passar férias e aproveitam para fazer algumas obras na casa que estão a construir, pelo que levam todos os anos produtos não só para os familiares, mas também para os seus consumos durante o período de férias.

Esta família, apesar de ter uma vida estável em Portugal, ambiciona a curto prazo investir num negócio em Cabo Verde, facto que lhe proporcionará um regresso definitivo para o país natal. Todavia, o filho mais velho partilha de opinião diferente, não pretende viver em Cabo Verde, visto que quer seguir a sua carreira fora de Cabo

Verde, ligado a medicina veterinária, facto que lhe deixa com pouca ambição de regressar à terra que o viu nascer.

Família 4 – Annie Vicente (Venteira) – Esta família é bastante jovem, composta por seis indivíduos, com idade entre os 24 e os 39 anos, sendo três deles estudantes de mestrado e os outros três estudantes de licenciatura.

Vivem no centro da Venteira, num apartamento T3 que foi arrendado há 3 anos, antes viviam num T2 em Cacém, porém devido ao aumento de número de pessoas do agregado tiveram que arranjar uma casa maior que desse para todos.

Todos entraram em Portugal com o objectivo de realizar estudos médios e superiores. Um facto curioso é que apesar de ser uma casa de estudantes, são todos familiares. A mais velha saiu de Cabo Verde há 13 anos e o mais novo saiu há 4 anos.

Neste momento a maioria desempenha funções laborais ligada à restauração e Call Center, onde auferem o salário mínimo mensal, porém afirmaram que este é suficiente para pagar as despesas da casa e as inerentes aos estudos. De realçar que este facto lhes deixa com margens para poderem responder aos pedidos daqueles que ficaram em Cabo Verde e que tencionam também emigrar para Portugal.

A maioria têm como objectivo o regresso à terra natal onde ambicionam trabalhar e contribuir para o desenvolvimento do país, contudo a mais velha já não ambiciona voltar para Cabo Verde, facto que se justifica por estar há muitos anos fora e já não ter a paixão e a vontade de regressar definitivamente para o país.

São notáveis as festas realizadas. Todos os finais de semana se encontram em casa com os demais estudantes cabo-verdianos para uma “paródia” como é designado por todos. Facto curioso é que o tema da conversa é sempre o mesmo (regresso a Cabo verde).

Família 5 – Manuel (Damaia) Este agregado comporta o casal, ele com 42 anos e ela com 32 anos de idade, dois filhos com 12 e 6 anos, respectivamente, um sobrinho de 16 anos e mais um irmão do senhor Manuel com 27 anos de idade. Vivem num apartamento T3 localizado numa área central da Damaia junto da estação de comboios – CP, arrendado há 6 anos quando do nascimento do segundo filho.

O senhor Manuel entrou em Portugal há 14 anos e a esposa há 10 anos com a missão de conseguir uma vida melhor. Ele trabalha na construção civil como calceteiro e ela trabalha num café sito em Entrecampos.

Esta família vive dos rendimentos mensais do Senhor Manuel, da mulher e do irmão que trabalha numa oficina de carpintaria. Segundo as opiniões dos mesmos sentem-se satisfeitos com o dinheiro que entra em casa no final do mês por conseguirem sempre liquidar as despesas e ajudar os familiares em Cabo Verde.

Apesar de estarem ligados sempre com os familiares em Cabo Verde através, principalmente, de envio de objectos de consumos para os seus parentes que residem nas Ilhas de Cabo Verde, não viajam com frequência para a terra natal, mas este facto não os impedem de pensar num regresso definitivo para Cabo Verde.

ESTUDO DE CASO

BREVE CARACTERIZAÇÃO DAS ZONAS HABITACIONAIS

As freguesias seleccionadas apresentam uma série de especificidades, o que ajudou e fomentou o aperfeiçoamento do trabalho. Exibem distintos índices de concentração dos emigrantes cabo-verdianos e dos seus familiares.

Apesar da análise etnográfica operacionalizada nos modelos desta investigação não ter abarcado a íntegra dos espaços, torna-se indispensável, por razões de contextualização dos próprios terrenos, caracteriza-los na generalidade.

Nessas freguesias os fluxos migratórios tiveram uma importância muito grande no seu crescimento populacional. Apesar de na última década o total de população ter diminuído, o número de estrangeiros aumentou – segundo a estatística (2003) do SEF (Serviços de Estrangeiros e Fronteiras). Só entre 1999 e 2001 deram entrada nestas freguesias 2680 emigrantes – o que significa que o decréscimo populacional só não foi maior devido a este movimento migratório.

Constata-se nas festas realizadas pelos cabo-verdianos uma forte presença dos emigrantes em particular, principalmente aos sábados e domingos onde se reúnem para falar dos acontecimentos da semana, da situação e do posicionamento no contexto migratório, não esquecendo a parte cultural cabo-verdiana, nomeadamente, a gastronomia, o desporto, as festas culturais, entre outros, que fazem parte da riqueza cultural cabo-verdiana, promovendo assim a multiculturalidade. É de realçar que estas festas e encontros têm por objectivo promover o convívio entre os cabo-verdianos de vários bairros e localidades.

Terreno 1 - Freguesia da Reboleira

A Reboleira é uma Freguesia Portuguesa do Concelho da Amadora dominada pelo sector terciário comércio e serviços, com 0,74 km² de área e 15 543 habitantes (2001).

Uma urbanização concentrada e acelerada a partir dos meados dos anos 60, do século passado, colocou a Reboleira com uma densidade populacional superior a 21.100 habitantes por km², três vezes superior à do próprio Município, numa área de 74 hectares, o que a coloca nas áreas mais densamente povoadas da Europa.

É uma freguesia central da Cidade, fazendo fronteira com as freguesias da Venteira, da Damaia, da Falagueira e da Venda Nova.

Terreno 2 - Freguesia da Damaia

A Freguesia da Damaia foi criada em 11 de Setembro de 1979, mas a povoação da Damaia é muito mais antiga. com 1,41 km² de área e 20 591 habitantes (2001). Densidade: 14 593,2 h/km².

Como muitas das freguesias da Amadora, a Damaia ocupa uma zona que registou uma densa ocupação desde os tempos pré-históricos, existindo registos da existência de grandes núcleos familiares.

Caracteriza-se por um território de elevada área urbana e habitacional e importa referir que 1586 alojamentos estão sobrelotados. Os níveis de escolaridade da população, fora da idade escolar obrigatória, situam-se sobretudo no 1º ciclo do ensino básico (32,06%).

A população em idade escolar (dos 3 aos 17 anos) representa 12,5% do total da população. A taxa de desemprego situa-se nos 7,4%. É importante salientar, que residem nesta freguesia um total de 275 cidadãos estrangeiros, perfazendo 1,3% do total da população.⁶⁷

Terreno 3 - Freguesia da Venteira

È uma freguesia portuguesa do concelho da Amadora, com 4,80 km² de área e 19 607 habitantes (2001). Densidade: 4.088,2 h/km². É uma das freguesias mais importantes do concelho da Amadora, é onde se localiza o centro do seu comércio. Possui uma vasta área verde criada com diversos parques.⁶⁸

Terreno 4 - Freguesia da Falagueira

É uma freguesia portuguesa do concelho da Amadora, com 1,45 km² de área e 14 436 habitantes (2001). Densidade: 9 955,9 h/km².

⁶⁷ Disponível em: <http://www.jf-damaia.pt/Default.aspx?Module=ArtigoForm&ID=27>. Acesso em: 06 de Maio de 2011.

⁶⁸ Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Venteira>. Acesso em: 08 de Maio de 2011.

Até 12 de Julho de 1997, a freguesia era designada por Falagueira-Venda Nova; nessa altura, a Venda Nova tornou-se uma freguesia independente, tomando a Falagueira o seu actual nome. É um dos núcleos populacionais mais antigos da Amadora, A sua história ficou ligada à rede de comunicações anterior à construção do caminho-de-ferro, com o aparecimento, na Porcalhota, de serviços de apoio à circulação, no local do entroncamento das actuais rua Elias Garcia (antiga estrada de Sintra ou Estrada Real) e estrada da Falagueira.

As raízes culturais da sua população aparecem mais diluídas em virtude da população ser predominantemente imigrante de segunda geração.

A sua população vive do comércio, dos serviços e da indústria de confecção, havendo no entanto alguma expressão nas profissões liberais. O comércio é constituído na sua maioria por pequenas empresas ligadas ao sector alimentar: supermercados, talhos, cafés, alguns restaurantes; empresas de venda e reparação de automóveis, estabelecimentos de moda, papelarias, lojas de móveis e electrodomésticos.⁶⁹

⁶⁹ Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Falagueira>. Acesso em: 05 de Maio de 2011.

OS INFORMANTES

A determinação dos grupos estudados para esta pesquisa foi feita pensando nos objectivos *a priori* traçados. Assim sendo, procurei inserir nos estudos emigrantes residentes em Portugal há mais de três anos, que estabelecem contacto directo com os familiares através de envio de objectos de consumo.

Nos primeiros dias do trabalho no terreno, as principais metas passaram por conhecer os hábitos e os costumes dos entrevistados, tendo como objectivo criar uma relação mais próxima com as mesmas, facilitando assim a pesquisa e aumentando a probabilidade de conseguir os resultados mais próximos da realidade.

Terreno 1 - Freguesia da Reboleira

Na Reboleira, os contactos começaram-se através de algumas visitas efectuadas a vários espaços concernentes a esta localidade. Destas visitas resultaram a aproximação com as demais pessoas que se mostraram disponíveis a darem as suas opiniões acerca do tema em estudo. Foi assim que conheci os primeiros informantes que facilitaram a entrada no terreno, espalhando as informações do que queria fazer e quais era os meus objectivos, criando desta forma uma rede de informantes.

No primeiro momento foi difícil seleccionar as casas que iriam fazer parte da investigação, porque todas apresentavam quase as mesmas características, contudo, após vários contactos, acabei por seleccionar duas das que apresentavam melhores índices de informações.

Terreno 2 - Freguesia da Falagueira

Os contactos na freguesia da Falagueira tiveram como ponto de partida um casal que tinha acabado de regressar de Cabo Verde após alguns dias de férias. Constituindo assim uma mais-valia, na medida que poderiam transmitir informações e experiências mais recente do comportamento e do consumo em Cabo Verde dos objectos que chegam através dos emigrantes.

Terreno 3 - Freguesia da Venteira

Nesta freguesia os contactos foram mais facilitados, visto que correspondia à minha área de residência, pelo que conheço um pouco as vicissitudes dos emigrantes cabo-verdianos que ali residem, facto que permitiu e facilitou nas escolhas dos entrevistados.

Decidi não escolher mais que uma casa, por ser uma zona que apesar de possuir um número considerável de emigrantes cabo-verdianos não apresentavam características que se enquadravam com os objectivos de estudo, nomeadamente o reduzido número de agregado familiar pertencente a cada família, facto que não garantia uma diversidade de respostas em termos dos géneros e das faixas etárias. Entretanto, acabei por seleccionar uma casa que possuía condições favoráveis para o culminar dos objectivos traçados.

Terreno 4 - Freguesia da Damaia

Nesta freguesia, foi bastante difícil o processo da selecção dos entrevistados pelo facto de apresentar um número bastante alto de emigrantes cabo-verdianos residentes há mais de cinco anos e que detêm bastantes experiências no que tange o objecto do estudo.

Como não poderia estender a investigação a mais de cinco casas, por questões de planeamento de trabalho e objectivos traçados, decidi escolher uma pertencente a esta freguesia. A escolha recaiu na que possui um elevado número de membros do agregado familiar que mantêm contacto frequente com o país natal quer em termos de envio de produtos e informações alusivas à vida na diáspora.

AS REMESSAS NAS PALAVRAS DOS ENTREVISTADOS

Com base nos dados extraídos das entrevistas e da aplicação da metodologia qualitativa pretende-se, neste capítulo, proceder à apresentação dos resultados obtidos.

É pertinente realçar que, de acordo com algumas pesquisas efectuadas, chega-se a conclusão que a prática de entrevistas é o mais usual actualmente na realização de um trabalho de campo. Conforme Gonçalves (1998),⁷⁰ a prática de entrevista “consolida-se como uma das mais ricas e das mais usadas no âmbito do trabalho de campo”, assente numa conjuntura social de interacção face a face. Na concepção de Gómes (1999)⁷¹ “*La entrevista es una técnica en la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo (entrevistados, informantes), para obtener datos sobre un problema determinado. Presupone, pues, la existencia al menos de dos personas y la posibilidad de interacción verbal*”.

Escolhi realizar entrevistas semi-estruturadas em que, apesar de possuir um guião, as questões foram memorizadas e eram colocadas de acordo com o suceder das entrevistas. O ambiente era de liberdade, sendo as primeiras horas passadas a ver o ambiente familiar, de forma muito informal, comecei a falar de acontecimentos que tinha vivenciado em termos da emigração. Tendo em conta que todo o espaço comunica, verificou-se uma aproximação social que facilitou a entrevista. Os entrevistados mostravam entusiasmo e ansiedade de expor as suas informações. Há assuntos, nomeadamente o “saudasismo” e a “separação”, sobre os quais nem sempre é fácil falar, pois pertencem aos preceitos da vida privada. Daí a necessidade de manter uma aproximação. Muitas foram as confidências feitas que contribuíram para que se possa perceber as vivências e as suas relações com os familiares em Cabo Verde.

Efectuei entrevistas em cinco casas com um número considerável de membros do agregado familiar, na freguesia de Reboleira, Damaia, Venteira e Falagueira, a pessoas com idades compreendidas entre os 18 anos e os 55 anos, nos meses de Maio e Junho de 2011, tendo os contactos sido feitos aleatoriamente. Tive a preocupação de vestir-me de

⁷⁰ GONÇALVES, Albertino (1998) **Métodos e Técnicas de Investigação Social**, Braga: Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais.

⁷¹ GÓMES, Gregório Rodriguez et al (1999) **Metodología de la investigación cualitativa**, Málaga:Ediciones Aljibe.

forma simples e discreta, tendo sido bem recebido. Apesar de ter sempre a preocupação de explicar quais os objectivos das entrevistas, não me foram colocadas grandes questões sobre o porquê do trabalho que estava a fazer.

As entrevistas foram executadas em casa dos entrevistados, numa fase inicial na sala e depois na cozinha, num ambiente informal. Todos aceitaram colaborar na investigação, respondendo com um certo orgulho e entusiasmo ao que lhes era questionado, mostrando a preocupação em contar o maior número de factos possíveis para, como os mesmos diziam, “*Um ta responde tudo pam podi ajudau*” ⁷²(Ani Vicente, 31 anos), ou “*Um ta respondeu moda que se fosse nha fidjo*” ⁷³(Natersa, 55 anos). Antes ou depois das entrevistas falava-se de imensos assuntos, estando a maioria deles relacionados com os familiares que ficaram em Cabo Verde.

O meu cuidado ao longo das entrevistas não se centralizou unicamente em ouvir os entrevistados, mas também na análise dos contextos e dos comportamentos. Tudo em nós comunica, e o corpo também o faz. Portanto, optei por assinalar num caderno de investigação sinais de ansiedade, cansaço, emoção entre outros.

Escolhi transcrever todas as entrevistas para que possa ter uma relação mais profunda com o seu conteúdo. Acho que foi a escolha mais útil, na medida em que me permitiu delinear as categorias para a análise do conteúdo. Optei por fazer uma transcrição exacta da linguagem usada pelos entrevistados, visto que se trata de um grupo de emigrantes que na maioria são não qualificados ou que nunca tiveram contacto com a educação formal.

Pode-se constatar que, de acordo com os dados obtidos no terreno, a ambição de poderem representar e criar uma imagem da diáspora em Cabo Verde constitui um dos principais factores que contribui para o aumento das remessas dos produtos para o país. Ao longo das entrevistas pode-se notar que a questão da materialidade, ou seja a aspiração da aquisição de objectos materiais representativos, constitui um objectivo prioritário dos emigrantes cabo-verdianos em Portugal.

Como a maioria disse, o objectivo é trabalhar para adquirir os produtos que possam ser enviados para os familiares, que segundo os entrevistados são bem valorizados pelas suas qualidades e pela diferenciação face aos objectos disponíveis em

⁷² “Respondo tudo para poder te ajudar”

⁷³ “Respondo como se fosse para o meu filho”

Cabo Verde⁷⁴, seguindo aquilo que Appadurai (1986)⁷⁵ “*concedes that things have no meaning other than those they are inscribed with by humans.*”

Esses produtos nem sempre são discrepantes dos que são encontrados no mercado cabo-verdiano, mas as suas diferenças persistem no que diz respeito ao espaço de que foi remetido, como costumam dizer em Cabo Verde “*keli bem de strangero.*”⁷⁶

Pode-se salientar que a maioria dos entrevistados mantém contacto frequente com os familiares em Cabo Verde, constituindo assim um factor importante no crescimento das remessas dos produtos, resultado dos avanços dos meios de comunicação que permitem aproximar os indivíduos distantes fisicamente, criando uma nova forma de pensar nas cidades, estabelecendo um novo sentido entre o local e o global. E uma das pontes para a criação e a recriação das relações é evidentemente o consumo.

Segundo Baudrillard ⁷⁷“...É preciso que fique claramente estabelecido desde o início que o consumo é um modo activo de relação (não apenas com os objectos, mas com a colectividade e com o mundo), um modo de actividade sistemática e de resposta global no qual se funda nosso sistema cultural”.

A maioria dos remetentes pertencem ao grupo etário entre os 18 anos e os 55 anos e estão em Portugal há mais de três anos. Vieram de todas as ilhas de Cabo Verde. Dos entrevistados cerca de 27% vieram estudar, 45 % trabalhar, 16% juntar-se à família e 12 % por outros motivos⁷⁸.

A maioria dos entrevistados viaja para Cabo Verde num intervalo máximo de 15 meses, apesar da actual conjuntura económica, não deixam de estar em constante viagem e visita à terra de origem. Contudo, actualmente não levam as mesmas coisas que levavam há dez anos. Entretanto, fazem o máximo de esforço para poderem responder aos pedidos daqueles que ficaram em Cabo Verde.

Como disse a senhora Joanhina”*gosim cabu sta mau, antigamente nu ta viajaba mais djeu e nu ta lebaba kuzas mais djeu pa nos família que fica em Cabo verde, mas nu*

⁷⁴ Ver o capítulo alusivo às remessas de objectos de consumo.

⁷⁵ Appadurai A, ed. 1986 **The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective** (Cambridge University Press:Cambridge).

⁷⁶ Crioulo cabo-verdiano, que significa em Português “Veio do estrangeiro”.

⁷⁷ Baudrillard, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

⁷⁸ Ver o Gráfico 7.

*kata dixa de pode responde a todo ses pedido, as vezes kata ser possível, mas nu ta fazé o máximo pa nu consegui.”*⁷⁹

No que toca a presença em Cabo Verde dos objectos levados do estrangeiro, os entrevistados foram unânimes, afirmando que esses fazem diferença e criam uma sociedade cada vez mais consumista. Não é uma questão recente, vem desde os tempos primórdios da emigração cabo-verdiana, arrastando-se até hoje, apesar de com menos frequência nesses últimos dez anos, como já tinha referido. Tudo devido a actual crise mundial.

O envio desses produtos contribui para a alteração da estrutura social, principalmente nas zonas rurais, e não só, constitui:

“Um factor importante de mobilidade social e, consequentemente, de diferenciação social” (Furtado, 1993).⁸⁰

Poder-se-á dizer que para alguns é benéfico para o país, contudo há aqueles que discordam em algumas situações, pela forma como cria uma sociedade consumista num país com poucos recursos financeiros, dependendo extremamente da emigração. As que não possuem familiares na diáspora e que não recebem os produtos levados do estrangeiro acabam por sentir um “desagrado” e uma certa diferença em termos de consumo. Facto que os leva a certos males sociais menos agradáveis para o país.⁸¹

É pertinente referir que a violência social aparece como produto próprio da sociedade de consumidores, que aumenta a diferença entre os que podem consumir e os que não têm recursos suficientes.

(...) entre os que foram seduzidos e passam a agir do modo como essa condição os leva a agir e os que foram seduzidos mas se mostram impossibilitados de agir do modo como se espera agirem os seduzidos. A sedução do mercado é, simultaneamente, a grande igualadora e a grande divisora (BAUMAN, 1998)⁸².

⁷⁹ “Actualmente a situação económica não é a mais favorável, há alguns anos viajávamos com maior frequência e levávamos maior número de bens de consumos para os nossos familiares que residem em Cabo Verde, porém continuamos a fazer o máximo de esforço para poder responder a todos os pedidos, as vezes não é possível, mas damos sempre o nosso máximo”.

⁸⁰ FURTADO, C. (1993) – **A transformação das Estruturas Agrárias numa sociedade em Mudança** – Santiago, Cabo Verde, Instituto cabo-verdiano do Livro, Praia.

⁸¹ Ver o capítulo alusivo à cultura material e consumo.

⁸² BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

Como referiu a senhora Erica “*nu ta sinti pena as vezes de kes guentis ki ka tem família na strangero, pamodi kes ki tem ta leba vida diferente de kes ki katem, e keli ta kaba pa ser complicado pa país pamodi nu ta odja jovens ta entra na bandida pel poti acumpaha ou sta igual a kês ki em termos de objetu tem midjores ki kês ki katem*”.⁸³

Ainda, ligado às influências do consumo de produtos que vão da diáspora, há um ponto pertinente a frisar que espelha como é que esses hábitos de consumo e os produtos levados pelos emigrantes constituem um factor determinante na actual conjuntura social cabo-verdiana, como referido anteriormente, principalmente na camada jovem que são os que sentem mais influência de poderem representar a imagem do estrangeiro em Cabo Verde. Temos como exemplo os “*Thugs*”⁸⁴ que tentam criar uma imagem dos “*Raps*”⁸⁵ dos EUA através do consumo, como se pode verificar num vídeo criado pela *Cape Verdean Youth Leadership* em Outubro de 2010, intitulado “*The American Influence*”, jovens, que se assumem integrantes de grupos de “*Thugs*”. Estes, durante cerca de cinco minutos, tentam justificar porque enveredarem por este caminho. Reconhecem que a forma de vestir dos americanos com roupas largas, as músicas e os filmes foram os atractivos.

Os jovens falam também dos perigos de pertencerem aos grupos de “*thugs*” e da necessidade de se armarem para se defenderem dos outros grupos. Contudo, dizem ter a consciência de que tudo não passa de uma ilusão pois, ao escolherem esta forma de consumir e de estar na vida, acabam por criar inimigos e correm perigos quando saem da sua zona de conforto.

Os entrevistados foram unânimes em relação ao local de compra dos produtos que são enviados para Cabo Verde, ou seja, a maioria dos produtos, actualmente, são adquiridos/comprados nos centros comerciais. Cabe realçar, que nos anos anteriores os produtos eram mais adquiridos nas feiras, pela questão da tradição e por serem mais baratos.

⁸³ “As vezes sinto pena dos jovens que não têm familiares na diáspora, porque os que possuem levam uma vida completamente diferente daqueles que não têm, e isto acaba por ter consequências para Cabo Verde, porque esses jovens acabam por entrar em situações menos agradáveis para poder conseguir os objectos e levar a vida no mesmo patamar daqueles que recebem os produtos através dos familiares na diáspora”.

⁸⁴ Os Thugs (Grupo de jovens delinquentes).

⁸⁵ Rap (em inglês conhecido como emceeing) é um discurso rítmico com rimas e poesias, que surgiu no final do século XX entre as comunidades negras dos Estados Unidos. É um dos cinco pilares fundamentais da cultura hip hop, de modo que se chame metonimicamente (e de forma imprecisa) hip hop.

Esta viragem do local de compra tem a ver, segundo os entrevistados, com a forte exigência dos familiares residentes em Cabo Verde, a qualidade de vida, assim como a forte presença das “lojas comerciais chinesas” e “*Rabidantes*” em Cabo Verde, onde vendem os produtos que se assemelham com as feiras existentes em Portugal, assim como os preços que ali são estabelecidos. Facto que os levam a escolher os centros comerciais em Portugal como local de compra dos produtos que são enviados para Cabo Verde

Destaca-se que Cabo Verde, nos últimos anos, tornou-se o destino de considerável número de imigrantes chineses que se dedicam ao comércio geral e em moldes comuns a outros países do mundo, que se caracteriza pela venda de mercadoria de baixo custo e de baixa qualidade. De acordo com os entrevistados, os chineses têm facilidades nas alfândegas para o despacho e importação da mercadoria em relação aos emigrantes cabo-verdianos e vendem por preços inferiores ao do mercado, sendo que essas são mercadorias de péssima qualidade.

Como salientou Ani Vicente “*Hoje Cabo Verde ka sta precisa de produtos barato e de pouca qualidade, porque nu tené lojas de china e rabidantes. Na Cabo Verde es sta exigente e consumista. Se bu manda produtos de feiras es kata tumal, nu tem obrigação de bai pa Centro comercial pa nu podi manda produtos de qualidade.*”⁸⁶

Alguns dos entrevistados realçaram que actualmente, devido à questão do desenvolvimento social e à entrada da moda como critério fundamental do consumo e distinção social, as pessoas começaram a colocar os centros comerciais como local de compra de produtos de moda, dirigindo-se às principais lojas de moda, como por exemplo as da *Inditex*⁸⁷, nomeadamente (*Zara, Pull and Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home e Kiddy's Class*), que são consideradas as mais populares e que oferecem melhores e mais modernos produtos da moda.

As novas superfícies comerciais, além de se terem multiplicado de uma forma extraordinária ao longo dos últimos anos, possuem uma importância a nível cultural e económica que não pode ser contestada. Nestas superfícies, em que o consumo é algo

⁸⁶ “Hoje em Cabo Verde as pessoas não sente a necessidade de satisfazer os seus desejos com o consumo dos produtos baratos ou sem qualidade, porque há lojas que vendem produtos a baixo preço como as dos Chineses. As pessoas estão cada vez mais exigente e consumistas. Se enviarmos os produtos com pouca qualidade pode-se correr o risco de não serem bem recebidos, facto que nos leva a ir aos centros comerciais à busca da qualidade”.

⁸⁷ Inditex (Indústrias de Design Têxtil Sociedade Anónima) é um importante conglomerado de empresas têxteis da Europa.

quase inevitável, praticamente todas as necessidades, todos os desejos podem ser correspondidas devido a diversidade de lojas, de espaços de lazer e divertimento, de zonas alimentares, entre outros. As publicidades referem-se aos centros comerciais como sendo uma nova forma e uma nova maneira de viver.

Segundo (Baudrillard, 1991), “O “drugstore” (ou os novos centros comerciais) modernizar-se-á ao ponto de oferecer conhecimento, assim os consumidores são educados, não para um consumo em massa, mas sim, para um consumo inteligente, onde se torna mais exigente a escolha do produto”⁸⁸.

Como referiu a Sandra” *Antes nu gostaba de bai cumpra produtos na feira pa manda pa Cabo Verde mais por causa de ambiente ki nu ta adja lá. Mas gosim é difícil de odja alguém ta bai pa feira cumpra produtos pa manda pa família na Cabo Verde, mais é na centro comercial, porque lá nu ta consegui produtos que sta mais na moda.(rissos), nu ta cumpra mais é na lojas do indetex, principalmente zara, stradivarius e pull and Bear, que nu ta adja kuzas mais fixe, e que menis na Cabo Verde ta adora djeu.*”⁸⁹

Em relação à forma como se prepara a viagem para Cabo Verde, poder-se-á verificar que as respostas são similares, ou seja usam os mesmos procedimentos, todos fazem uma reserva financeira durante o ano, para poderem ter condições financeiras que cubram os gastos alusivos a viagem. Realça-se que as compras são feitas entre dois a três meses que antecedem a viagem.

Para os que estão a construir uma habitação em Cabo Verde, nos primeiros dias as compras recaem nos electrodomésticos e mobílias de casa que são enviados na maioria por meios legais através das alfândegas. Posteriormente, começam as compras dos objectos que vão nas bagagens, nomeadamente os vestuários, os calçados, as bijutarias, os produtos alimentares, entre outros. Comummente são estabelecidas de acordo com as necessidades e os pedidos dos familiares residentes em Cabo Verde.

⁸⁸ Baudrillard, Jean (1991), **A sociedade de consumo**. Lisboa, Edições 70.

⁸⁹ “Uns anos atrás gostávamos de ir fazer as comprar nas feiras, principalmente por causa do ambiente popular, mas actualmente é difícil de ver as pessoas a irem fazer as compras nas feiras para enviar para Cabo Verde. Hoje recorremos mais aos centros comerciais, porque ali conseguimos encontrar os produtos que estão na moda (Risos). Compramos mais nas lojas do Indetex, principalmente Zara, stradivarius e pull and Bear, onde encontramos produtos mais modernos e que desperta atenção dos familiares em Cabo Verde”.

Os entrevistados foram unânimes na questão dos objectos e as suas influências na construção de projectos migratórios. A maioria dos entrevistados, como referido anteriormente, realçou que as suas vindas para Portugal têm a ver com a questão da aquisição de bens materiais, garantindo assim a melhor qualidade de vida.

Como salientou o senhor Manuel, “ *Sém duvida que qualquer alguém que ta sta na Cabo Verde tem vontade de emigra ku objectivo de consegui adquiri bens, pa podi garanti uma vida midjor.* ”⁹⁰

Estas influências do consumo ou imagens do exterior são repercutidos pelos familiares emigrantes que levam para Cabo Verde uma realidade divergente da de Cabo Verde no que tange aos hábitos de consumo. Muitas vezes levam produtos que não estão ao alcance dos que residem em Cabo Verde, acabando por influenciar uma camada considerável de indivíduos que ambicionam emigrar para os poderem adquirir e melhorar a qualidade de vida.

Essas imagens, que são levadas pelos emigrantes através dos hábitos de consumo, constituem um forte elemento publicitário dos produtos que são remetidos da diáspora, conotando a ideia de um mundo melhor.

Segundo (Baudrillard, 1975),⁹¹ a publicidade é o meio mais notável de "comunicação de massas da nossa época", pois utiliza como modo de informação e de consumo o meio técnico e do código, a partir de construção de mensagens sistematizadas abstractas e coerentes de modo a incentivar a iniciação de compra. A publicidade é então um "processo de simulação", a publicidade é o que motiva e incentiva o consumo. Em todo o lado nos defrontamos e somos levados a consumir até produtos que não precisamos ou que nem nos atraem.

No que diz respeito a auto-avaliação da situação socioeconómica de Cabo Verde, constata-se que há diferentes visões e opiniões acerca do tema. Há aqueles que a nível socioeconómico defendem que Cabo Verde está num patamar de desenvolvimento aquém das expectativas, garantindo principalmente aos emigrantes uma certa segurança de investimentos na terra natal, por ter hoje instituições e grupos credíveis no mercado nacional.

⁹⁰ “Sem dúvida que todos os cabo-verdianos ambicionam emigrar, claro, com o objectivo de conseguir adquirir bens e melhorar a qualidade de vida”.

⁹¹ BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo** (Tradução de A. Morão). Lisboa, 1975.

Como referiu o senhor Manuel *“Hoje Cabo Verde é considerado um de kês países que ta da midjores garantia de investimento, principalmente pa emigrantes, nu ta adja grandes instituições bancaria que ta garantibu certa segurança de investimento, por isso avaliação a nível economico é bastante favorável, tudo graças a governo que sta nes momento ta trabadja ku vontade de leva Cabo Verde a bom porto.”*⁹²

Porém, há outros que defendem que a situação socioeconómica de Cabo Verde não é a mais favorável, visto que hoje não há incentivos por parte do governo no investimento. O emigrante não sente a segurança de retorno do seu investimento. De salientar que as que têm essa opinião traçam como meta satisfazer os seus familiares mais próximos em Cabo Verde com os objectos de consumo, considerados os mais essenciais para uma vida estável, não estabelecendo como meta investimento para o futuro.

No que tange às diferenças entre os produtos que são consumidos na diáspora e os que são levados ou enviados para Cabo Verde, constata-se de acordo com as opiniões dos entrevistados que há uma certa diferença, facto que se justifica pela questão climática, assim como pelas condições económicas de cada família.

Refere-se o clima pelo facto de viverem num “país de frio” e há necessidades de adquirir produtos que se enquadram na época, pelo contrário Cabo Verde caracteriza-se por um “país de sol e calor” e há necessidades de enviar produtos que se enquadram na referida época.

Como refere a senhora Natersa *“nós kuzas ki nu ta consumi li kata da pa manda pa Cabo Verde, pamodi ali por exemplo nu ta sta sempre na frio (risos), e nu ta usa sempre kuzas de frio, enquanto na Cabo Verde ku kel calor k ta fazé lá kata da pa usa kuzas de frio, nu tem ki mandas kuzas de acordo ku clima de lá.”*⁹³

É notável a forma como vivem o dia-a-dia, se relacionam com os objectos materiais e a preocupação em enviar os melhores produtos para a terra natal, ou seja, na diáspora os emigrantes consomem os produtos da primeira necessidade e mandam para

⁹² “Hoje, Cabo verde é visto como um país que oferece uma segurança de investimento extremamente positivo, principalmente para os emigrantes, deparamos com grandes instituições bancárias que nos oferecem uma certa garantia, por isso a nível económico o país esta bastante estável, isto tudo graças ao governo que temos neste momento a trabalhar com vontade de levar o país a bom porto”.

⁹³ “Os produtos que consumimos não dá para serem enviados para Cabo Verde, porque aqui por exemplo estamos sempre no período de frio (risos), e usamos os produtos de acordo com esta estação, enquanto em Cabo Verde há sempre calor e não usam os produtos de frio, por isso temos que enviar os produtos de acordo com o clima”.

Cabo Verde os que na maioria são considerados bens da segunda necessidade, e isto acaba por criar uma imagem “ilusória” da diáspora. As realidades levadas nas “bagagens” pelos emigrantes são completamente diferentes da forma como vivem na diáspora. Dando mais significado aos dias de férias em Cabo Verde em relação aos dias que passam a trabalhar para poder criar uma imagem através do consumo durante os dias de férias. Isto é, os objectos de consumo neste caso servem para realizar antigas aspirações (do próprio emigrante) e não deve ser lembrado como é ganho com dificuldade e, muitas vezes, exigindo uma vida de miséria, sacrifício e fome.⁹⁴

É importante referir que a forma como os emigrantes se apresentam e fazem o uso dos objectos levados nas bagagens, faz com que permaneça na memória dos que ainda ficam, para que a decisão de partir seja tomada. Assim terão cumprido o que deles se espera, que é encantar com as suas histórias e provar que a viagem vale a pena e, por isso, a importância dos espaços e momentos em que cada emigrante partilha a sua parcela da história da emigração com os outros.

Segundo alguns dos entrevistados, na diáspora todos os emigrantes são iguais, emigraram com os mesmos objectivos e pelas mesmas causas, facto que os leva a dar pouco significado ao investimento nos objectos de consumo para o uso próprio na diáspora.

Defendem também que a questão do tempo não lhes permite valorizar os bens de luxo na diáspora, porque o dia se resume na sua totalidade em trabalho, facto que os deixa com pouco tempo para estarem à procura dos objectos representativos, como salienta o senhor Jorge “*Na estrangeiro nós tudo é igual e nu sta li ku mesmo objectivos, por isso kata danu muto vontade de sta ta cumpra kuzas de qualidade pa nu usa li, tempo é ocupado na totalidade na trabadjo e fazeres doméstico.*”⁹⁵

É importante também falar na diferença de consumo dos produtos levado do exterior e dos que são produzidos em Cabo Verde⁹⁶. Hoje, esses produtos criam uma certa diferença em termos de valores em relação aos que são produzidos em Cabo Verde. Verifica-se um número considerável de consumidores que procuram adquirir os

⁹⁴ Ver o capítulo alusivo à cultura material e consumo: Identidade e diferença.

⁹⁵ “No estrangeiro somos todos iguais e estamos aqui com os mesmos objectivos, por isso as vezes não temos aquele à-vontade de comprar produtos de qualidade e diferente, porque a vida se baseia no seu todo a fazeres domésticos e trabalho”.

⁹⁶ Apesar de não existir em grande quantidade, mas há um pouco de tudo no que tange as produções.

produtos através dos familiares na diáspora, e um número reduzido dos que preferem satisfazer as suas necessidades com a aquisição dos produtos produzidos em Cabo Verde. Ou seja, o crescimento dos produtos levados do estrangeiro no mercado nacional e a constante redução da oferta dos que são produzidos em Cabo Verde. Como exemplo pode-se realçar a questão dos vestuários, mobiliários, produtos alimentares e decorações, que há alguns anos eram mais vistos nos mercados formais e informais. Esta reduzida oferta justifica-se pela entrada em massa dos produtos levados da diáspora, como referido anteriormente.

Como resultado desta viragem as pequenas e médias empresas já desapareceram ou encontram-se em vias de extinção, resultado da reduzida procura dos produtos. Depara-se nesses últimos anos com um número avultado de produtores de mobiliários e decorações que acabaram com as suas produções, devido a pouca clientela que hoje preferem mandar comprar no estrangeiro.

Ao longo da realização do trabalho de campo e de alguns contactos informais encontrei um recente emigrante, o Senhor Carlos Andrade, ex-proprietário de uma oficina de carpintaria em Cabo Verde, Ilha do Sal, que decidiu fechar o seu estabelecimento em busca de uma outra alternativa no estrangeiro. Tive a ousadia de o questionar sobre alguns aspectos inerentes aos mobiliários que são produzidos em Cabo Verde e os que são levados do estrangeiro. Dentro do excerto da entrevista acabei por seleccionar uma parte que culmina com a questão supracitada.

Excerto da entrevista: *“Um decidi fidja nha carpintaria na Sal pamodi um staba cada vez mais ku menos cliente e cada vez mais tinha menos alguém ta interessa pa nós produtos. Pamodi na Cabo Verde maioria de pessoas tene familiares na estrangeiro que ta mandas tudo mobílias de casa e es kata senti necessidade de sta ta fazel ala pa kel preço que nu ta exige na mercado”*.⁹⁷

Em relação aos objectos de consumo que vão nas bagagens, há uma nota importante, que tem a ver com os produtos que não podem faltar nas viagens. Constatase que em relação as mulheres, os produtos de cosmética e as bijutarias não podem faltar nas bagagens, como afirmou a Senhora Joaninha *“ami ka podi faltam nhas*

⁹⁷ “Decidi fechar a minha carpintaria na Ilha do Sal, porque estava cada vez mais com menos clientes e o número de pessoas que se interessavam pelos nossos produtos era cada vez menos, porque em Cabo verde a maioria tem familiares no estrangeiro que lhes mandam todas as mobílias de casa, sendo assim não sentem a necessidade de os comprar a preços que são estabelecidos no mercado cabo-verdiano”.

produtos cosmetico e bijutarias,kes li é issencial na viagem, Risos”. Em relação aos rapazes, não podem faltar uma garrafa de *wisky* que serve para fazer o brinde na chegada a Cabo Verde, como refere o Senhor Jorge “*De tudo produtos que um ta leva pa Cabo Verde, kel garrafa de wiskey ka pode faltam na mala, pa podi da kel brinde de chegada.*”⁹⁸

Poder-se-á afirmar que em relação à cultura expressiva, ou seja à presença em Cabo Verde das músicas produzidas na diáspora, depara-se com um número elevado dos entrevistados que consideram que os músicos no estrangeiro têm as melhores condições materiais e financeiras para poderem apresentar os seus trabalhos cada vez mais sofisticados. Realça-se também que a maioria dos artistas cabo-verdianos reside actualmente na emigração, constituindo assim o local da produção dos seus fonogramas. Este facto contribui para o aumento de consumo e a forte presença da cultura expressiva em Cabo Verde, isto, efectivamente, permite que haja modificações nos estilos de consumo da cultura musical, visto que esses músicos emigrantes levam vários estilos rítmicos nas bagagens, despertando a atenção dos residentes e a constante alteração dos hábitos de consumo da cultura expressiva.

“Hoje a música cabo-verdiana tem um destaque muito importante quer a nível nacional e internacional, pois hoje não se canta somente os géneros de músicas tradicionais, mas também trazem na bagagem vários estilos de músicas como o *zuck*, o *regaton*, o rap e o *hip-hop*”.⁹⁹

Ainda, no que tange a essas modificações do estilo de consumo, saliento que os entrevistados tiveram opiniões divergentes. Alguns defendem que este ritmo acelerado de consumo de produtos levados do exterior poderá um dia acabar com o consumo dos produtos ditos tradicionais, principalmente ligados à gastronomia.

Como refere a senhora Deza “*se nu odja forma modi que kuzas sta ta bai, nu ta afirma e nu ta projecta um futuro undi que consumo na Cabo Verde ta passa ta ser a base de produtos enviados do estrangeiro*”.¹⁰⁰

⁹⁸ “De todos os produtos que eu levo nas bagagens, aquela garrafa de Whisky não pode faltar, para dar o brinde de chegada em Cabo Verde”.

⁹⁹ http://portoncv.gov.cv/portal/page?_pageid=118,188596&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_domini o=28&p_menu=14&p_item=70.

¹⁰⁰ “Se verificar a forma acelerada de consumo de produtos levados do estrangeiro, podemos afirmar e projectar um futuro onde o consumo passará a ser a base dos produtos levados pela diáspora”.

Garcia (2003)¹⁰¹ afirma que “As práticas alimentares são incorporadas como parte do modo de vida e se tornam permeáveis a mudanças, representadas pela incorporação de novos alimentos, forma de preparo, compra e consumo. A sociedade modifica as condições de vida e de trabalho, modos de ser, sentir, pensar e imaginar. Essas mudanças no aspecto da alimentação ocorrem em vista de costumes e crenças culturais que são transmitidas pela família e também impostas socialmente”.

De acordo com as observações e os comentários dos entrevistados poder-se-á afirmar que os cabo-verdianos encontram-se mergulhados num sistema de consumo que contribui para o desaparecimento dos traços culturais, o que conduz inevitavelmente à perda da identidade específica, isto é, aquilo que nos torna únicos e distintos dos outros povos. Os jovens, principalmente, acabam por perder a sua própria cultura, e aspectos importantes dessa cultura que os mais velhos tanto preservaram, como certos valores. Por isso, não é exagero afirmar que *doravante* a nossa cultura, com as suas características únicas, está em vias de extinção.

Porém, há aqueles que defendem que a cultura cabo-verdiana jamais perderá o seu impacto, porque há aqueles que nunca deixarão de apreciar e preservar a cultura dita tradicional. Como referiu a senhora Ani Vicente “*Um ta adja ma nunca é kata kaba ku nos cultura de consumo, porque tem quês guentis que é mesmo ligado a cultura e que es ta fazi tudo pa perserval*”.¹⁰²

Em relação aos canais mais utilizados para o envio dos produtos para Cabo Verde, pode-se salientar que são vários, quer por meios ou agentes oficiais como por não oficiais. Em função das circunstâncias os agentes podem ser amigos, entidades não oficiais, *rabidantes* e parentes viajantes.

Os circuitos formais mais utilizados são os correios e as agências, sendo com maior frequência nas agências, devido aos preços de envio que são estabelecidos entre esses dois circuitos e as exigências em relação ao tipo de produtos que podem ser

¹⁰¹ GARCIA, R. W. D. **Reflexos da globalização na cultura alimentar**: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. Revista de Nutrição. Campinas, 16 (4). p. 483 – 492, Out./Dez., 2003.

¹⁰² “ Eu, acho que esta forma de consumir os produtos que vão do estrangeiro nunca irá acabar ou modificar com a nossa cultura de consumo, porque a aqueles que são mesmo apreciadores da cultura local e fazem de tudo para a preservar”.

enviados. Realço que nas agências pode-se enviar todos os tipos de produtos, enquanto nos correios há uma política de exclusão de alguns produtos.¹⁰³

Como afirmou a senhor Manuel *“Hora que nu ta envia pa meios legais nu ta recorre a agências em vez de correios porque na agências nu ta pode envia tudo kel ki nu ta cré enquanto na correio es kata dixanu envia tudo que nu ta kré.”*¹⁰⁴

Com base nos resultados das entrevistas, pode-se afirmar que os canais informais mais utilizados são os amigos, de seguida os parentes viajantes e em último caso os *rabidentes*¹⁰⁵. Isto porque há sempre um amigo a viajar todas as semanas e aproveitam para enviar sempre qualquer coisa. Com menos frequência através dos parentes viajantes, porque nem sempre há pessoas de famílias a viajar capazes de levar todos os produtos que são solicitados pelos seus familiares em Cabo Verde. Por último os *rabidentes* que vêm para o estrangeiro com a missão de comprar os objectos de consumo para a posterior venda em Cabo Verde, comumente não levam os produtos dos amigos para os seus familiares, o que se justifica pelo reduzido peso a que têm direito a cada passageiro.

Em termos de género é unanimemente reconhecido que as mulheres enviam mais produtos para Cabo Verde que os homens. Este facto prende-se com os pedidos que são efectuados pelos familiares residentes em Cabo Verde. De acordo com os entrevistados esta supremacia tem a ver com a forte ligação das mulheres a produtos de moda e pelo facto de estarem em contactos e visitas frequentes aos centros comerciais, assim como a forte presença dos produtos para as mulheres no mercado, quer em termos de diversidade quer de quantidade.

Cabe salientar que de acordo com as opiniões dos entrevistados as mulheres estão mais dominadas pelos novos produtos e novos hábitos de consumo em relação aos homens.

É pertinente frisar que as mulheres, na sua maioria, enviam os produtos de estética, enquanto os homens dão prioridades ao envio de produtos alimentares, informáticos e bebidas alcoólicas, como referido anteriormente.

¹⁰³ Ver o quadro 4.

¹⁰⁴ “Quando enviamos por vias legais recorremos as agências, porque ali podemos enviar todos os produtos, enquanto nos correios há uma certa limitação em relação a alguns produtos”.

¹⁰⁵ Ver o quadro 5.

Em relação à pergunta sobre os problemas das remessas dos produtos, todos os entrevistados responderam que as maiores dificuldades correspondem à alta taxa de custo de transferências, taxas alfandegárias elevadas, reduzido peso nas bagagens estipulado pelas companhias aéreas e elevado custo dos transportes aéreos.

Respondendo à questão dos motivos das remessas dos produtos em vez do dinheiro para a aquisição dos mesmos em Cabo Verde, os entrevistados afirmaram que não tem o mesmo significado o envio do dinheiro para a posterior compra dos referidos produtos em Cabo Verde, pelo facto de serem vistos e reconhecidos de uma forma diferente pelas pessoas que os recebem, assim como o poder das representações e distinções que são criadas com os que vão do exterior. Cabe salientar que a maioria prefere pagar o excesso do peso, uma quantia elevada, em vez de levar o dinheiro para os comprar em Cabo Verde¹⁰⁶.

Quanto ao destino das remessas, conclui-se que os filhos (36%) constituem os maiores beneficiários das remessas dos produtos, seguido de os pais (18%), outro parente (15%) e cônjuge (15%), e um número reduzido dos que enviam para os amigos (6%) e a comunidade em geral (1%)¹⁰⁷.

No que tange às importâncias das remessas dos produtos para Cabo Verde, nota-se uma resposta clara sobre as suas importâncias. Efectivamente, para a maioria, cerca de 75% dos entrevistados, as remessas são consideradas muito importantes para os seus familiares que estão em Cabo Verde. Para 15%, as remessas são importantes, pelo que, de forma acumulada, temos uma situação em que, para 90% dos entrevistados, as remessas desses produtos são importantes ou muito importantes¹⁰⁸.

De acordo com os entrevistados pode-se constatar que as motivações e os envios desses produtos constituem como que um contrato entre o emigrante e a família. Sendo assim, existirá sempre um nível mínimo de envio de produtos que o emigrante estará disposto a efectuar e que depende apenas dos seus rendimentos e das necessidades dos seus familiares. Um outro factor prende-se com os dados demográficos que são importantes na decisão de enviar um mínimo de produtos para as famílias,

¹⁰⁶ Realço que a maioria dos entrevistados optam por esta via, contudo não apresentam qualquer motivo que se justifica esta escolha.

¹⁰⁷ Ver o Gráfico 3.

¹⁰⁸ Ver o Gráfico 4.

principalmente os produtos alimentares e vestuários que garantem um nível de vida médio dos que ficaram em Cabo Verde.

Relativamente ao tempo em Portugal, 15% dos entrevistados têm menos de cinco anos, 55 % tem menos de dez anos e 30% tem mais de dez anos¹⁰⁹.

No que toca a intenção do regresso definitivo a Cabo Verde, os entrevistados foram unânimes nas respostas, ou seja, a maioria ou quase todos pensam regressar definitivamente para a terra natal, poucos são os que não pensam em regressar ou que não sabem se regressarão um dia definitivamente¹¹⁰.

Esta ambição de regressar futuramente a Cabo Verde resulta das necessidades de desfrutar dos investimentos que foram feitos durante a emigração, a maioria, como referido anteriormente, não investe os seus recursos no exterior a pretexto de ter uma garantia de regresso à terra natal.

Os que não sabem se regressarão um dia definitivamente, são os que já possuem alguns laços familiares e algumas relações afectivas com os que nasceram em Portugal, assim como a ausência, em Cabo Verde, de todos os familiares e amigos, deixando-os com poucas ambições de regressarem às suas origens.

Em relação aos gastos com os produtos que vão nas bagagens, segundo os entrevistados há alguns anos gastavam quase o dobro do que gastam actualmente, isto devido a conjuntura socioeconómica que tem dificultado bastante as remessas dos produtos, porém pode-se verificar que a maioria, cerca de 64%, gastam entre 500 a 1000 Euros, cerca de 20% gastam entre 250 e 450 Euros, um número mais reduzido, com cerca de 14%, gastam entre 1500 a 2.500 Euros, e são poucos os que gastam mais de 3.000 Euros, cerca de 2% dos entrevistados¹¹¹.

É importante debruçarmo-nos sobre o impacto dos produtos alimentares que vão nas bagagens dos emigrantes para Cabo Verde, esses produtos normalmente são da origem portuguesa, facto que lhes permite fazer diferença em Cabo Verde. É importante realçar que este facto se mantém desde os primeiros tempos da emigração cabo-verdiana para Portugal.

¹⁰⁹ Ver o Gráfico 6.

¹¹⁰ Ver o Gráfico 5.

¹¹¹ Ver o Gráfico 8.

Os produtos que vão nas bagagens dos emigrantes normalmente são os que permitem caracterizar ou identificar Portugal, nomeadamente, bacalhau, pastéis de natas, chouriço, azeite, frutas, entre outros, que são enviados com menos frequências. Em relação as bebidas alcoólicas, destaca-se o envio do Vinho de Porto (TWIN), ginja de Óbidos, vinhos do Alentejo e alguns *Whisky*, apesar de não ser tipicamente português, e enviado mais pela questão do preço.

Ani Vicente diz o seguinte “*Um ta custuma leva bacalhau, vinho de porto, whisky. Interessante é que de ultimo bes que um bai um leva nha Pai maça es ka dixam viaja kuel.*”¹¹²

“Na relação Portugal e Cabo Verde, as trocas comerciais atingiram no ano passado, cerca de 500 mil toneladas de mercadorias, que variam entre produtos alimentares e materiais de construção e de Cabo Verde, produtos diversos”.¹¹³

É importante realçar que, na actual “sociedade de consumo”¹¹⁴, o consumidor vive numa busca incessante de objectos. Esta busca interfere directamente nas relações familiares, principalmente ligado à emigração, ou seja, os familiares residentes no país de origem mantêm um relacionamento com os emigrantes de acordo com a quantidade e a qualidade de objectos que são enviados para a terra natal.

“A antropologia do consumo poderá demonstrar como é que, numa qualquer sociedade, os objectos podem servir para criar e manter relações sociais, ou para proceder à construção de formas particulares de cultura, ou para mediar valores fundamentais”. Duarte, 2007.¹¹⁵

“.... Assim, além de produzir vínculos sociais, o consumo também gera formas particulares de solidariedade, confiança e sociabilidade fundamentais para a vida social”. Appadurai, 2008.¹¹⁶

¹¹² “Costumo levar bacalhau, vinho de porto, *whisky*. E um facto interessante é que na última viagem tentei levar maça para o meu pai e não me deixaram levar na minha bagagem”.

¹¹³ <http://noticias.sapo.mz/info/artigo/1110667.html>.

¹¹⁴ BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo** (Tradução de A. Morão). Lisboa, 1975.

¹¹⁵ DUARTE, Alice, **Novos Consumos e Identidades em Portugal**. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Antropologia, Junho 2007.

¹¹⁶ APPADURAI, Arjun (Org), **A vida social das coisas**. As mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói, RJ: EDUFF, 2008.

Como exemplo prático poder-se-á salientar as relações estabelecidas entre os cabo-verdianos na diáspora e os residentes em Cabo Verde. Esta relação é mediada através dessas remessas, isto é: se os familiares na diáspora não responderem aos pedidos dos que ficaram em Cabo Verde, cria um sistema de relação instável ou perde-se a afectividade familiar, consequência de um desejo não consumado. Contudo, esta relação pode atingir o seu auge se todos os pedidos e os desejos forem realizados.

“Commodities not only hide but come to stand in for or replace relationships between people” Celia Lury (1997)¹¹⁷

Como referiu o senhor Heleno *“Têm kês guentis que se bu ca mandas kuzas ki es ta pidibu es ta caba até pa ka relaciona ku bo mais, portanto emigrantes tem que sta sempre ta da resposta a kes pedidos pa podi ka estraga relação ku familiares e amigos na Cabo Verde.”*¹¹⁸

¹¹⁷ LURY, C. **Consumer Culture**, Cambridge, polity press, 1997.

¹¹⁸ “Temos que dar respostas a todos os pedidos porque se não os dermos, corremos o risco de estragar o relacionamento familiar”.

CONCLUSÃO

No término deste trabalho, algumas ilações se impõem (embora não abundem estudos sobre esta matéria, a partir dos quais pudéssemos comparar metodologias e fundamentar melhor a minha conclusão). Permitam-me fazer algumas constatações relativamente à presença dos objectos de consumo levados através da diáspora.

Ao longo do trabalho foram analisadas as lógicas e as estratégias de um número considerável de emigrantes cabo-verdianos residentes em Lisboa. Não é difícil, neste momento, salientar a importância de que se reveste a reflexão sobre questões teóricas que inicialmente motivaram e que consubstanciaram a construção da problemática.

Propus-me contribuir para um mais efectivo conhecimento do papel instrumental do consumo na vida dos cabo-verdianos. Procurando dar conta da diversidade de relações estabelecidas entre os cabo-verdianos e as coisas e entre os residentes em Cabo Verde e os emigrantes através das coisas.

Gostaria de revelar que a principal preocupação ao longo deste estudo foi retirar a partir das literaturas e do trabalho de campo aquilo que me parecia mais relevante para o tema em estudo e tentar dar um cunho àquilo que li e vi durante este período. Este objectivo tornou-se até bastante útil, na medida em que, dada a quantidade de bibliografia disponível acerca do tema, ajudou-me a eliminar alguns assuntos que começavam a tornar-se muito repetitivos ao longo dos estudos.

Outra questão foi o facto de existir muita facilidade em termos de pesquisa a nível de Internet, o que também se tornou num obstáculo na selecção de informação.

Observando a cultura de consumo, percebemos que a materialidade ganhou maior força na sociedade. Aquilo que é consumido diz muito a respeito de cada indivíduo e também do colectivo (grupo, comunidade, movimento cultural) a que ele se reporta a partir das escolhas que faz de bens (materiais ou imateriais) e serviços. A decisão de comprar determinado bem ou serviço é filtrada pelo estilo de vida.

Cabo Verde, enquanto um país em construção “acelerada” passou por uma grande transformação, principalmente a partir do processo de globalização, passando a fazer conexões a partir dos estilos de vida e, consequentemente, do consumo com os demais países desenvolvidos e subdesenvolvidos.

As remessas dos objectos de consumo têm sido determinantes para o progresso e expansão de Cabo Verde, atingindo ou transformando, em particular, a sua organização social, quer no meio rural, quer no urbano, acelerando processos de mobilidade social, que constituem, ao mesmo tempo, um factor importante de geração e preservação de laços culturais entre a sociedade de acolhimento e a de origem, a partir de ligações constantes e directas que acabam por se criar entre as partes envolvidas.

A determinação de números exactos de emigrantes e quantidade de produtos que são enviados para Cabo Verde é tarefa impossível. Contudo, há dados fiáveis e em grande quantidade para sustentar a tese de que os emigrantes e as remessas dos produtos têm desempenhado papel vital nas estratégias de sobrevivência pessoal, afirmação do Estado e financiamento da economia familiar e nacional.

Nota-se que a emigração também tem uma força decisiva sobre o espaço rural, pela via da aquisição de bens materiais. Graças às remessas, institucionaliza-se um intercâmbio regular entre o emigrante e a sua comunidade de origem, através do qual o primeiro, inserido no respectivo país de residência, alimenta, actualiza e preserva a sua cultura identitária de origem, enquanto, no sentido inverso e em contrapartida, o segundo beneficia da transmissão cultural acumulada e do capital de que é portador aquele sujeito dinâmico, variável, obviamente, em função do seu nível ou tipo de inserção no país onde trabalha e do perfil do próprio emigrante.

O consumidor cabo-verdiano compreende os bens de consumo com significados que conduzem a divisões sociais, ou seja, o bem de consumo representa a indicação da diferença e a forma de progredir, ou melhor, de demonstrar a sua ascensão social, que é indicada pelos bens que se consome. Assim, o consumidor possui uma forma de “esquizofrenia simbólica”¹¹⁹, pois os objectos de consumo são reais, mas as suas significações são irreais.

É pertinente referir que os produtos que são produzidos em Cabo Verde estão, velozmente, a perder espaço para as importações, que já respondem por um quinto de tudo que é consumido no país. O processo de substituição de matérias-primas e

¹¹⁹ MASSO, FABIANO DOLENC. **Comunicação, Cultura e Consumo** (Poder Económico e a sua Relação com o Desenvolvimento Cultural). UPM, 2007.

produtos acabados nacionais por estrangeiros, que vinha em um ritmo controlado, acelerou-se nos últimos anos.

Actualmente Cabo Verde tornou-se alvo não só dos países desenvolvidos, como os Estados Unidos e Europa Ocidental, que tentam sair da crise elevando as suas exportações, mas também de outros emergentes, como a China, que perderam clientes importantes com a recessão nos mercados americano e europeu.

Gostaria aqui de frisar que a pesquisa de terreno foi particularmente marcada pelo alargado conjunto de pessoas com quem comuniquei e interagi e com quem partilhei um estimulante processo de descoberta.

Poder-se-à meditar que este estudo pretenda criar sentidos críticos referentes às remessas de produtos para o arquipélago e para os familiares que ali residem. Todavia, cabe salientar que não corresponde aos objectivos deste estudo fazer avaliações e mencionar as vantagens e as desvantagens dos produtos que vão da diáspora para Cabo Verde e para os seus residentes, em particular, mas sim pretende estudar os impactos que as mesmas têm nas construções e nas modificações dos hábitos de consumo dos residentes em Cabo Verde, assim como também perceber e identificar a tipologia e a qualidade dos produtos que vão nas bagagens dos emigrantes e dos pequenos “*rabidantes*”.

É extremamente importante referir que este trabalho é meramente o resultado de um estudo de campo realizado com o intuito de perceber a forma como se desencadeia os processos das remessas e o significado das mesmas para os emigrantes e os residentes em Cabo Verde, assim como as suas repercussões no dia-a-dia daqueles que os recebem com mais frequência.

Ao longo do trabalho foram mencionados alguns termos ou dados, que na realidade não condizem com o tema do trabalho, mas que na teoria constituem uma mais-valia para a compreensão por parte dos leitores, nomeadamente, as referências económicas, políticas, sociais e demográficas.

Foram citadas algumas opiniões em relação à política cabo-verdiana e o partido em poder. Todavia, realço que são meras opiniões pessoais dos entrevistados, ou seja, não correspondem aos valores reais que permitem caracterizar o sistema político e o trabalho desenvolvido em Cabo Verde pelo partido em poder.

Em relação aos dados demográficos e sociais foram alicerçadas à base das estatísticas realizadas em Cabo Verde e na diáspora nos últimos anos, são dados reais, apresentados pelas demais instituições credíveis em Cabo Verde e na diáspora.

É importante ressaltar que a linguagem aplicada poderá, eventualmente, de acordo com as futuras apreciações ser percebida de forma menos adequada ao discurso antropológico, visto que a minha área de formação inicial (Animação/Gestão Cultural) não corresponde à do Mestrado, pelo que os termos usados poderão diferir em certos pontos dos usados pelos estudantes/formados na área específica.

De um modo geral, considero que escolhi um assunto muito interessante do ponto de vista antropológico, dada a sua actualidade. Por outro lado, este trabalho teve uma outra função muito importante, uma vez que fiquei a conhecer melhor os vários tipos de fontes que tenho à minha disposição num mundo que se caracteriza cada vez mais pelo “mundo da informação”.

Quis dar o meu modesto contributo no enriquecer dos estudos ligados à cultura material e consumos. Todavia, o tema inicia-se mas não se esgota aqui. Pela sua complexidade é minha intenção continuar pesquisas no sentido de trazer mais luz sobre o assunto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, R. A -Nos ku Nos: **A Comunidade Transnacional Cabo-verdiana**. Cabo Verde 1995.

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization**. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1996.

....., **The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective** (Cambridge University Press: Cambridge), ed. 1986.

..... (Org), **A vida social das coisas**. As mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói, RJ: EDUFF, 2008.

BARRETO, Maria de Lourdes **H. Educação Patrimonial. Boletim do Museu Imperial**. Petrópolis, RJ, 1996.

BOURDIEU, P. **La distinction**, Paris, Minuit, 1979.

BAUDRILLARD, Jean. **A moral dos objetos. Função - signo e lógica de classe**. In MOLES, Abraham et al. **Semiologia dos objetos**. Petrópolis: Vozes, 1972.

-----, **A sociedade de consumo** (Tradução de A. Morão). Lisboa, 1975.

-----, **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

BATALHA, Luís. **The Cape Verdean Diaspora in Portugal: Colonial Subjects in a Postcolonial World**. New York: Lexington Books, 2004.

-----, **“Contra a corrente dominante: histórias de sucesso entre cabo-verdianos da segunda geração”**. *Etnográfica*, v. VIII nº 2. 2004.

-----, **Cabo-verdianos em Portugal: “comunidade” e identidade**, in Comunidades(s) cabo-verdiana(s): As Múltiplas faces da imigração Cabo-verdiana, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

-----, **Globalização: as consequências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro. Jorge Zahar, 1999.

CARREIRA, António, **Migrações nas Ilhas de Cabo Verde**, Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 1977.

CARDOSO, Gaudino José Tavares - **Migrações Cabo-verdianas, novos movimentos sociais transnacionais e “Localismo”** – Trabalho de investigação realizado no âmbito das actividades curriculares de doutoramento em sociologia / “Pós-colonialismo e cidadania Global”, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2006.

CAMPBELL, Colin e BARBOSA, Livia (org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CARLING, J. - ‘Figuring out the Cape Verdean Diaspora.’ Cimboa, 1997.

CIDRA, Rui. **Produzindo a música de Cabo Verde na diáspora**: Redes transnacionais, world music e múltiplas formações crioulas, in Comunidade (s) Cabo-verdiana (s): As Múltiplas Faces da Imigração Cabo-verdiana, 2009.

DUARTE, Alice, **Novos Consumos e Identidades em Portugal**. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Antropologia, Junho 2007.

ÉVORA, Iolanda. **A diáspora cabo-verdiana e a ideia de nação**, 2009.

FILHO, João Lopes. “**O estigma da faca. Cabo-verdianos em Portugal**”, in Racismo e Xenofobia, edições cosmos (1995).

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

FURTADO, C. (1993) – **A transformação das Estruturas Agrárias numa sociedade em Mudança** – Santiago, Cabo Verde, Instituto cabo-verdiano do Livro, Praia.

GARCIA Canclini, Néstor. **Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización**. México: Grijalbo, 1995.

GARCIA, R. W. D. **Reflexos da globalização na cultura alimentar**: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. Revista de Nutrição. Campinas, 16 (4). p. 483 – 492, Out./Dez., 2003.

GONÇALVES, Albertino - **Métodos e Técnicas de Investigação Social**, Braga: Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, 1998.

GÓMES, Gregório Rodriguez et al - **Metodologia de la investigación cualitativa**, Málaga: Ediciones Aljibe, 1999.

GUSMÃO, N. M. M. de. **Os filhos da África em Portugal**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

GRASSI, M. “**Género, Empresariado e Desenvolvimento em contextos não ocidentais: Rabidantes do mercado Sucupira em Cabo Verde**”, tese de doutoramento, ISCTE, policopiado, 2002.

----- **Rabidantes, comércio espontâneo transnacional em Cabo Verde**, ICS, 2003.

GÓIS, Pedro - **Comunidade (s) cabo-verdiana (s). As múltiplas faces da imigração Cabo-verdiana**, Org, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LURY, C. **Consumer Culture**, Cambridge, polity press, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades Modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Alexandre Andrade. **Memórias de um povo de emigrantes a trajectória dos cabo-verdianos no estado do Rio de Janeiro**. 72 f. Monografia (graduação em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2005.

MARTA, Vilar Rosales. **Cultura Material e Consumos: Uma Introdução**. Celta Editora, 2009.

MONTEIRO, Augusto César - **As remessas de emigrantes, factor de fortalecimento da Nação diaspORIZADA e dinamizador da estrutura familiar cabo-verdiana**. Conferência Internacional sobre Migração e Diáspora Cabo-verdiana, Lisboa – 2005.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.

MASSO, FABIANO DOLENC. **Comunicação, Cultura e Consumo** (Poder Económico e a sua Relação *com o* Desenvolvimento Cultural). UPM, 2007.

MILLER, Daniel - **Material culture and mass consumption**, Oxford, Blackwell, 1987.

Machado, Fernando Luís - **“Luso-Africanos em Portugal”**, in Sociologia Problemas e Práticas, 1994, nº 16, Lisboa: CIESDS, ISCTE, 1994.

TOLOTTI, Márcia - **As armadilhas do consumo**, Editora: Coleção Expo Money – Editora Campus/Elsevier, 2007.

Fontes:

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA – Características sócio demográficas de Cabo Verde – Cabo Verde 2010.

-----, Censo 2010:Características Económicas da População. Cabo Verde, 2010.

-----, Família cabo-verdiana – contexto socioeconómico. Cabo Verde, 2010.

Outros:

- Instituto Desenvolvimento Inspecção das Condições Trabalho (www.idict.gov.pt)
- Instituto Nacional de Estatísticas
- <http://www.ine.pt>
- <http://www.rassegna.it/2002/lavoro/articoli/donne-8marzo/colf2.htm>
- <http://www.migrationinformation.org/Profiles/display.cfm?id=68>
- <http://www.click.vi.it/sistemiculture/berlatoVI.html>
- <http://www.caboverde.com>http://www.eurispes.com/Eurispes/61/2_cap2.htm
- http://www.cestim.org/rassegna%20stampa/02/01/16/sanatoria_colf.htm
- <http://www.roma-intercultura.it>
- www.caritasroma.it/immigrazione
- www.ismu.org
- [ww.sef.pt](http://www.sef.pt)
- Enciclopédia da Música em Portugal no Século XX.
- <http://lusotopia.no.sapo.pt/indexCVMigrantes.html>
- Jornal Público, vários números, vários anos.
- Jornal Asemana, vários números, vários anos.
- Jornal Expresso, vários números, vários anos.
- Jornal liberal-onlineVisão, vários números, vários anos.

QUADROS

Principais destinos da emigração cabo-verdiana

Quadro 1

Destinos	Nº Aproximado dos Emigrantes
EUA	250 000
Portugal	100 000
Holanda	37 000
Angola	35 000
França	25 000
Senegal	23 000
Itália	10 000
Luxemburgo	5 000

Fontes: Serviço de Estrangeiros e Fronteiras e IC - Instituto das Comunidades, 2006.

Constata-se que a emigração cabo-verdiana predomina-se na sua totalidade a EUA, de seguida com um número considerável dos que têm Portugal como destino ou país de acolhimento, cabendo referir que são desses dois pontos migratórios que mais os emigrantes enviam produtos de consumos para Cabo Verde.

Percentagem de cabo-verdianos que desejam emigrar, segundo os países de destino preferenciais

Quadro 2

Ilhas	% Que deseja emigrar	Distribuição por Países							
		Portugal	França	Itália	Holanda	Luxemburgo	Outro U.E	E.U.A	Outro
Santiago	56.8	62.5	8.4	0.3	9.0	0.3	0.3	17.1	2.2
S.Vicente	51.1	29.6	11.7	8.3	30.6	1.9	3.4	12.6	1.9
Fogo	62.0	22.6	0.0	0.0	1.6	0.0	1.6	74.2	0.0
Sal	69.0	27.5	8.7	17.4	11.6	0.0	0.0	33.3	1.4
S.Antão	55.6	17.7	10.1	10.1	16.5	7.6	6.3	7.6	24.1
TOTAL	56.3	--	--	--	--	--	--	--	--

Fonte: IEFEP, Observatório de Migrações e Emprego, Praia - Cabo Verde, Julho 2006.

Emigrantes cabo-verdianos por ilha de origem e país de acolhimento

Quadro 3

País de acolhimento	Número	Principais Ilhas de Origem
EUA	264 900	Fogo, brava, santo Antão, São Nicolau
Argentina	5 200	Santo Antão, São Vicente
Brasil	3 000	Santo Antão, São Vicente
Canadá	300	São Vicente
Total América	273 400	Fogo, Brava, Sto. Antão, S. Nicolau e S. Vicente
Angola	45 000	Santiago, Santo Antão
Senegal	25 000	Santiago, São Vicente
São Tomé e Príncipe	20 000	Santiago, Santo Antão
Guiné-Bissau	2000	Santiago
Gabão	200	Santiago
Total África	93 200	Santiago, Santo Antão e São Vicente
Portugal	80 000	Santiago, Santo Antão e São Vicente
França	25 000	Santiago, S. Vicente, Santo Antão
Holanda	16 500	S. Nicolau, Santiago, S. Vicente, S. Antão, Sal, Maio
Espanha	12 000	São Nicolau, Santiago
Itália	10 000	São Nicolau, Santo Antão, Boa Vista, São Vicente
Luxemburgo	3 000	Santiago, Santo Antão
Suíça	2 000	Santiago, Santo Antão, Boa Vista
Bélgica	800	São Nicolau
Suécia	800	São Nicolau, São Vicente
Alemanha	700	São Nicolau
Noruega	300	São Vicente, Santo Antão
Total Europa	151 180	Todas as Ilhas
Total Emigrantes (2000)	517 780	Todas as Ilhas (1998)
Total Residentes (2000)	434 812	Todas as Ilhas (2000)

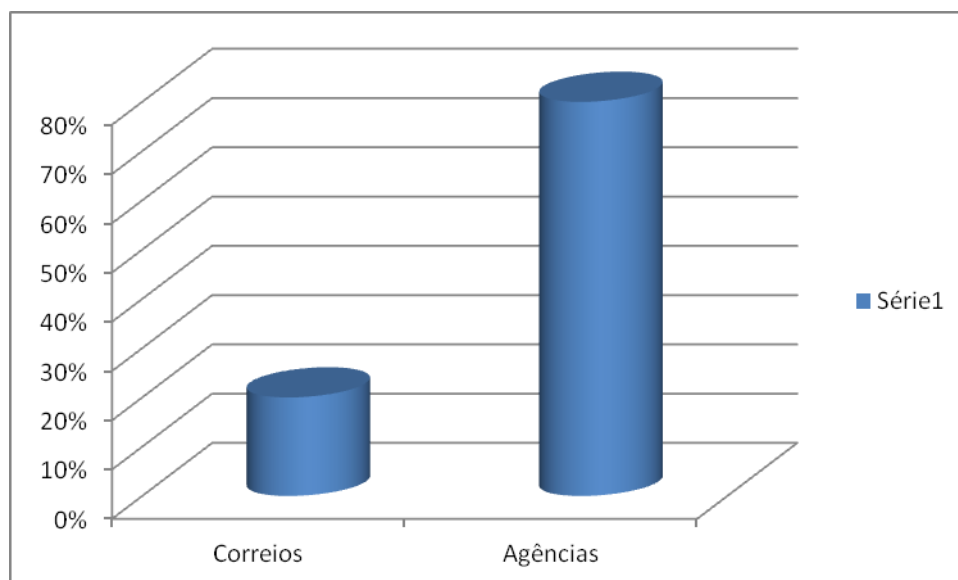
Fonte: Instituto das Comunidades de Cabo Verde, estimativas de 2006.

Circuitos de envios de produtos de consumo

Quadro 4

Os circuitos formais mais utilizados

Circuito oficial	Número Utilizadores	% Total de Inquiridos
Correios	2	8,90%
Agências	9	53 %

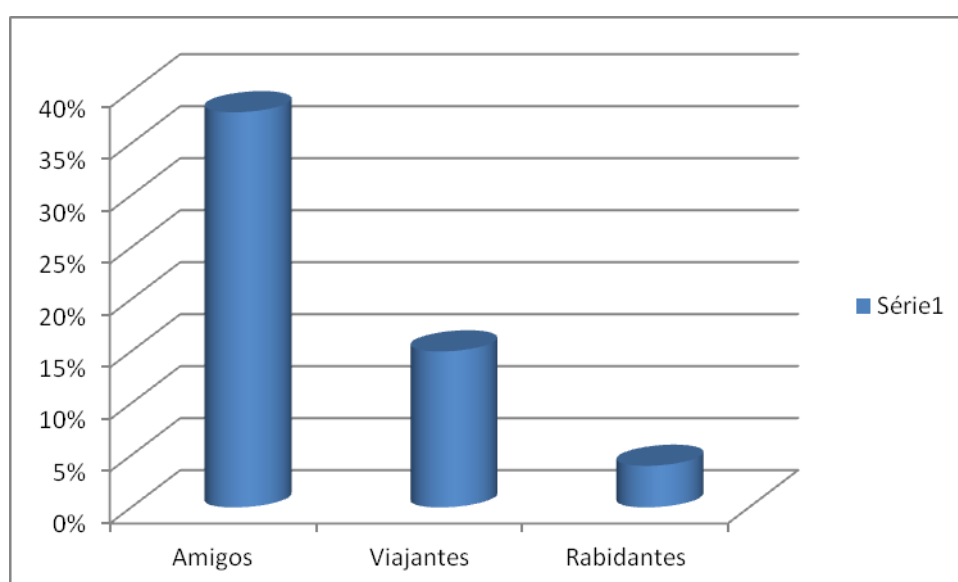


Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011

Quadro 5

Os circuitos informais mais utilizados

Circuito informal	Número Utilizadores	% Total de Inquiridos
Amigos	9	43,35%
Viajantes	4	14,51%
<i>Rabidantes</i>	2	2,24%



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011

Os vinte principais núcleos de cabo-verdianos em Portugal

Quadro 6

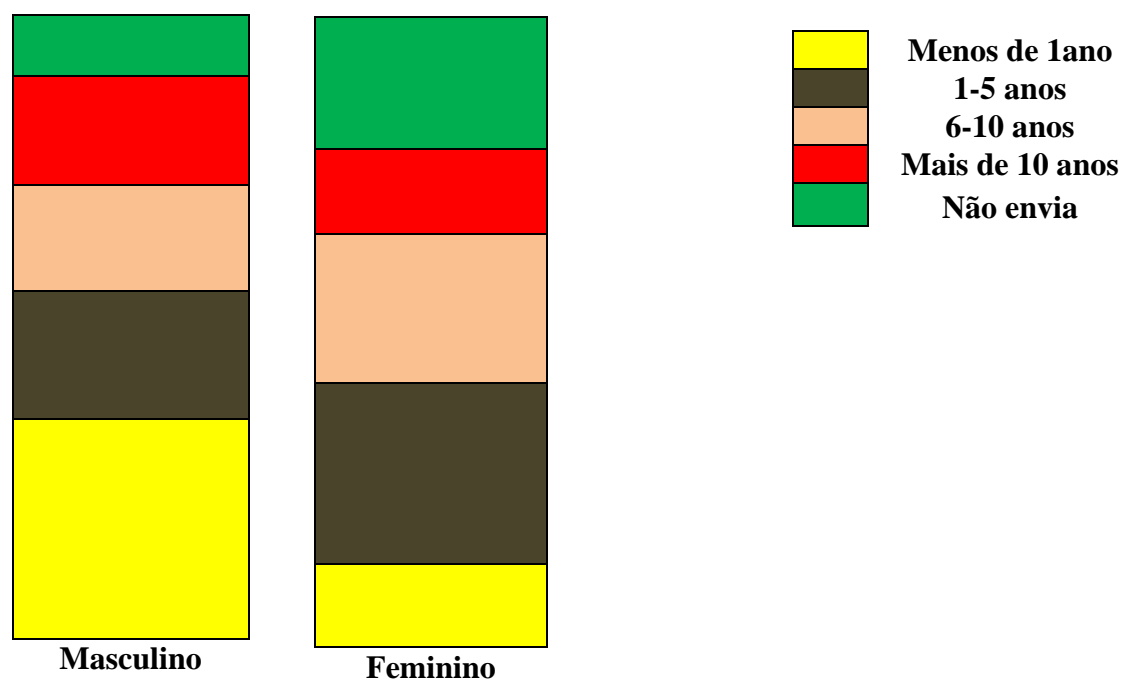
Lisboa	71 848
Setúbal	20 277
Faro	3 468
Porto	1 305
Coimbra	1 053
Leiria	735
Açores	504
Madeira	425
Aveiro	320
Braga	280
Castelo Branco	276
Viseu	236
Évora	187
Beja	116
Madeira	87
Portalegre	75
Guarda	70
Bragança	62
Vila Real	56
Viana do Castelo	34
TOTAL	105 342

Fonte: Instituto das Comunidades de Cabo Verde, 2008.

GRÁFICOS

Sexo e tempo de envio de objectos de consumo

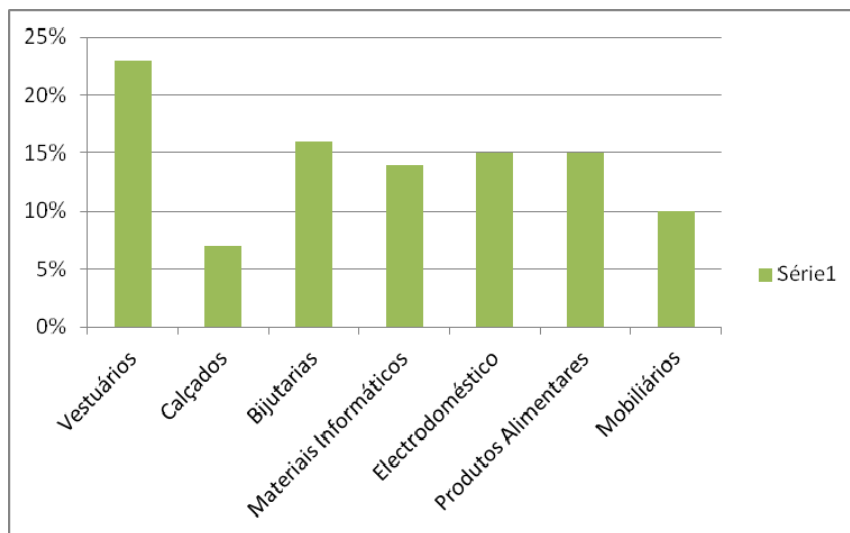
Gráfico 1



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011.

A indispensabilidade e versatilidade (Os produtos indispensáveis)

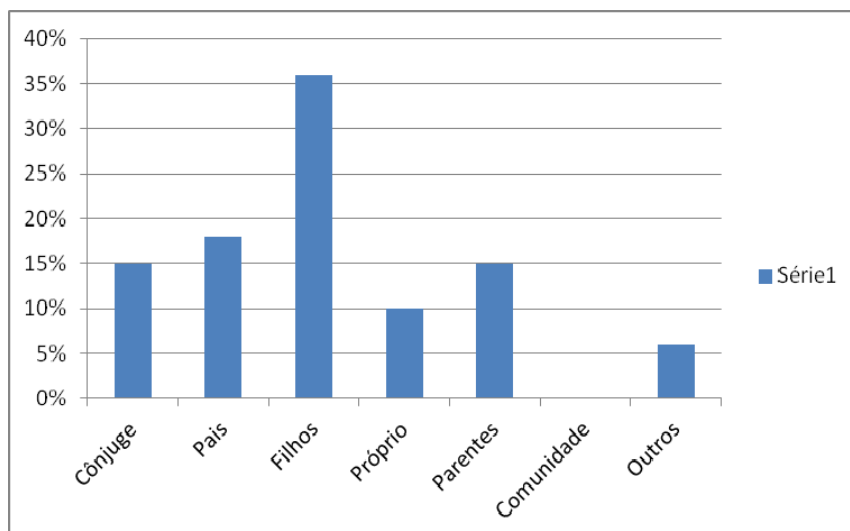
Gráfico 2



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011.

Destino das remessas

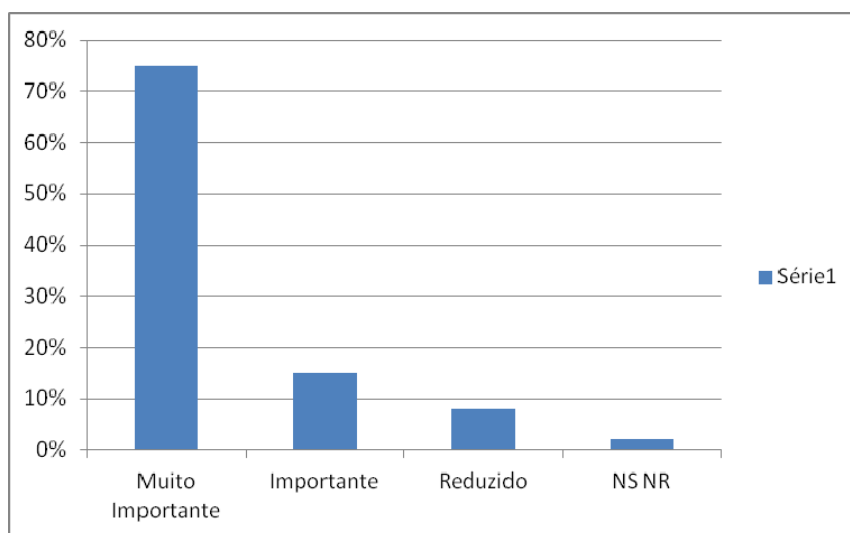
Gráfico 3



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011

Importância das remessas

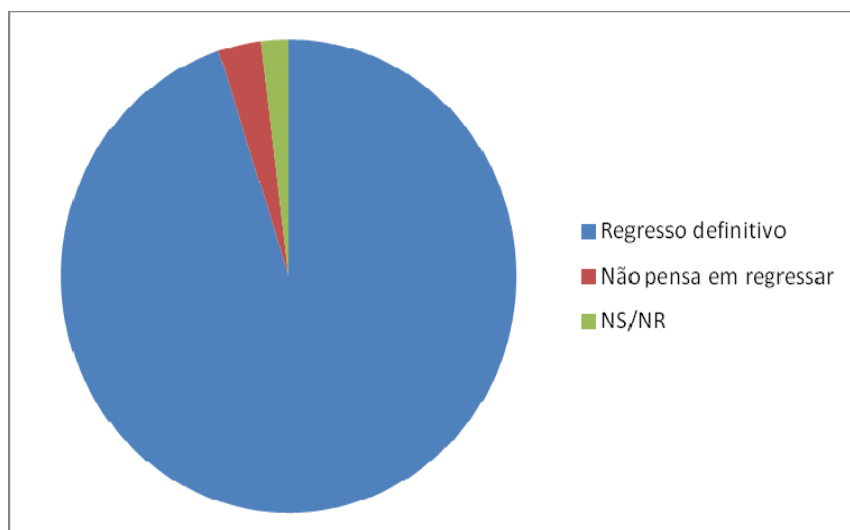
Gráfico 4



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011.

Retorno para Cabo Verde

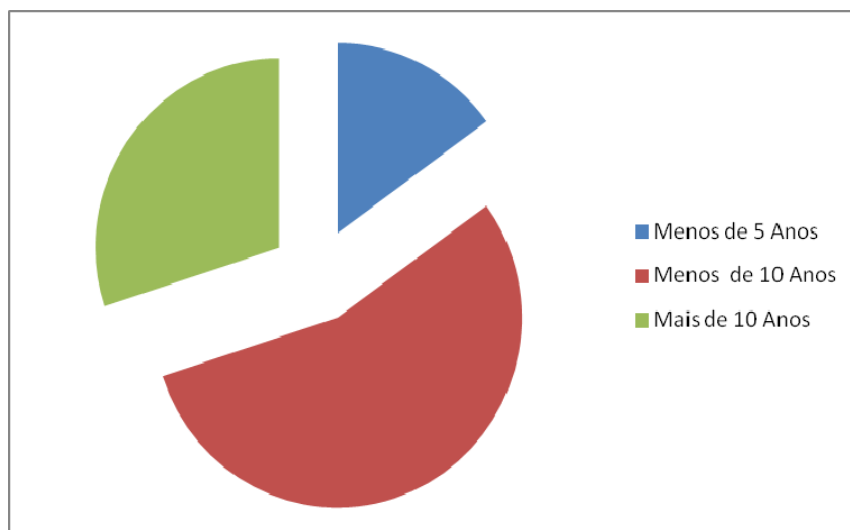
Gráfico 5



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011.

Tempo de estadia em Portugal

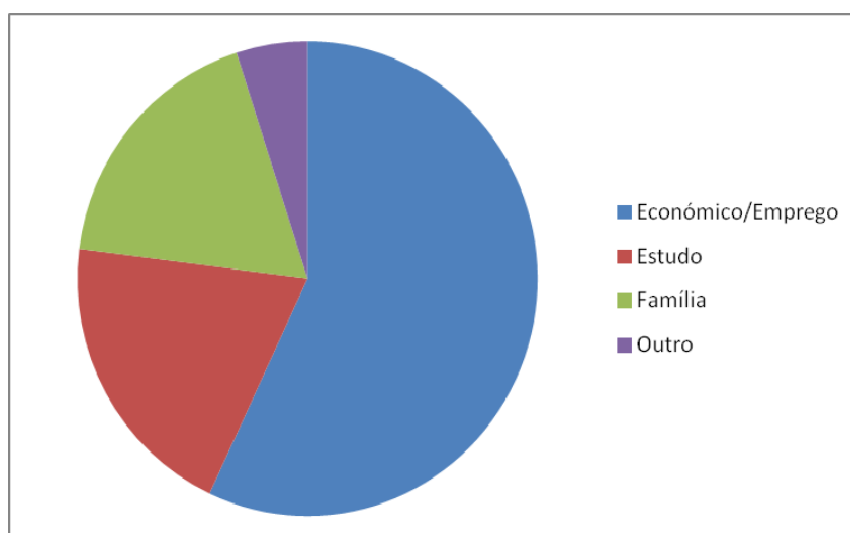
Gráfico 6



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011.

Principal motivo da vinda para Portugal

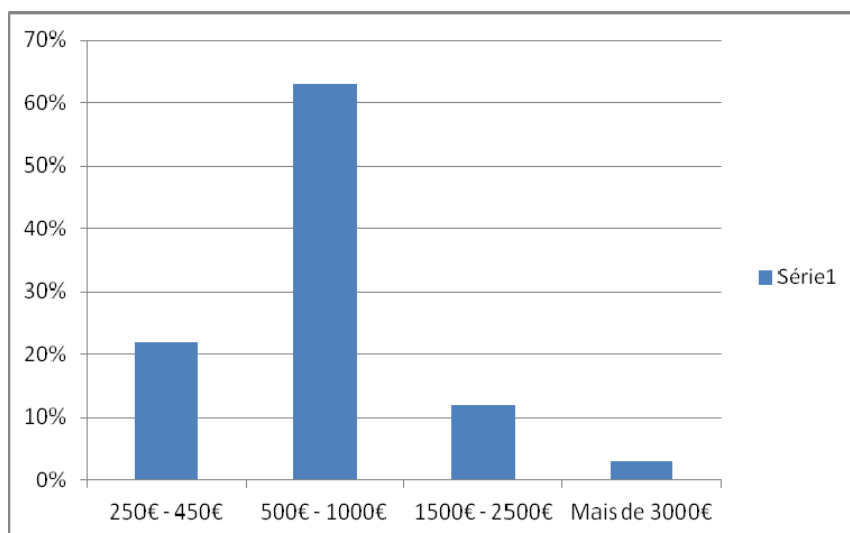
Gráfico 7



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011.

Média dos gastos com os produtos que vão nas bagagens e os que vão através das alfândegas

Gráfico 8



Fonte: Análise dos dados da entrevista, Maio e Junho 2011.

ANEXOS

ANEXO A - Situação geográfica

A República de Cabo Verde é um arquipélago de 10 ilhas, nove delas sendo habitadas, e oito ilhéus, todos de origem vulcânica, totalizando uma superfície terrestre de 4033 km². Situadas na costa ocidental africana, a cerca de 500 quilómetros a oeste do Senegal, as ilhas de Cabo Verde estendem-se entre os paralelos 17° 12.5 ' e 14° 48 ' de latitude norte e os meridianos 22° 44 ' e 25° 22 ' de longitude oeste de Greenwich.

De origem vulcânica, de dimensão relativamente pequena e dispersa, as ilhas de Cabo Verde estão situadas numa zona de aridez meteorológica elevada. Três das ilhas habitadas são relativamente planas e as outras são montanhosas.

País saheliano, Cabo Verde tem um clima tropical seco, com um período de chuvas que vai de Julho a Outubro, muitas vezes distribuído de forma irregular.

A capital do País é a Cidade da Praia, situada no extremo sul da ilha de Santiago e concentra cerca de ¼ da população residente. É simultaneamente a capital económica e política.

Fonte: Instituto Nacional de Estatística – Cabo Verde 2010.

ANEXO B - Situação económica

A trajectória de Cabo Verde desde a independência em Julho de 1975 até a presente data é notória, se tivermos em conta a sua vulnerabilidade decorrente de factores como: a seca, a escassez de recursos naturais, nomeadamente energéticos, e a insularidade. Os ganhos conseguidos nos diversos domínios, graças à Boa Governança e ao apoio dos parceiros de desenvolvimento, fizeram com que o PIB crescesse a uma taxa média anual em torno de 6,5% (de 1999 a 2007). Segundo as projecções, o país atingiu, em 2007, um PIB per capita de 2.917 dólares americanos, o que, aliado a indicadores sociais positivos, em áreas como a educação e a saúde, permitiram que Cabo Verde fosse promovido ao País de Rendimento Médio.

A economia cabo-verdiana é essencialmente uma economia de serviços (69% do PIB em 2006). O sector empresarial tem conhecido uma forte dinâmica. Grandes investimentos públicos no domínio das infra-estruturas, portos, aeroportos e estradas, foram feitos, com vista a tornar o país mais atraente ao investimento privado, sobretudo, estrangeiro. Os efeitos já se fazem sentir, com maior visibilidade no sector do turismo, considerado pelo governo, como um sector estratégico para o desenvolvimento do país. É notória a evolução registada nesse sector, no período 2000 – 2007, tanto do lado da oferta como da procura. A Capacidade de alongamento do país dobrou, acontecendo o mesmo com as entradas de hóspedes que passaram de 145.076, em 2000, para 312.880, em 2007, e com as dormidas que em 2000 foram de 684.733, atingindo 1.432.746, em 2007.

A estabilização macroeconómica, o progresso das reformas e a modernização ao nível da administração financeira do Estado têm aumentado a credibilidade do país junto dos parceiros de desenvolvimento, permitindo que muitos optem pela modalidade de ajuda orçamental, em vez da tradicional ajuda ao desenvolvimento, o que dá ao governo maior flexibilidade, podendo utilizar os recursos, em projectos com maior impacto no desenvolvimento económico e social.

Fonte: Instituto Nacional de Estatística – Cabo Verde 2010.

ANEXO C - Situação demográfica

País de emigração, Cabo Verde tem, segundo as perspectivas demográficas elaboradas pelo Instituto Nacional de Estatísticas, uma população residente de cerca de 500.000 habitantes em 2008. A população de Cabo Verde é maioritariamente feminina (51,6%) e muito jovem, sendo que cerca de 59% da população tem menos de 25 anos.

Cabo Verde está em plena transição demográfica, como pode ser observado pela queda acentuada da fecundidade e da mortalidade geral (5,6 por mil em 2000). O Índice Sintético da Fecundidade reduziu-se de 7,1 crianças por mulher, em 1979-81, para cerca de 2,9, em 2003-05. Nos últimos oito anos, ganhos consideráveis foram obtidos na área da saúde reprodutiva.

Segundo o IDSR-II (2005), a prevalência contraceptiva passou de 37 para 44%. Cerca de 65% das mulheres que fizeram o pré-natal durante a gravidez da última criança nascida viva foram assistidas, pelo menos uma vez, por um médico e, cerca de 78% dos partos ocorrem hoje em dia nas estruturas sanitárias. A prevalência do VIH-SIDA é de cerca de 0,8%, maior entre os homens (sendo 1,1%) do que entre as mulheres (0,4%). Contudo, segundo a mesma fonte, existem ainda focos de insucesso da política da saúde reprodutiva. Com efeito, no seio das adolescentes (15-19 anos), cerca de 19% já engravidaram pelo menos uma vez e 15% delas já são mães, o que significa que têm relações sexuais não protegidas muito cedo.

Fonte: Instituto Nacional de Estatística – Cabo Verde 2010.

ANEXO D – Programa do Governo para a emigração

As Comunidades Cabo-Verdianas no exterior são parte incontornável da Nação Global que somos, cabendo aos poderes públicos criar todas as condições para a sua efectiva e crescente participação no processo de desenvolvimento económico, político e social do país, garantindo a sua integração nas diversas dimensões das políticas públicas enquanto actores ou beneficiários.

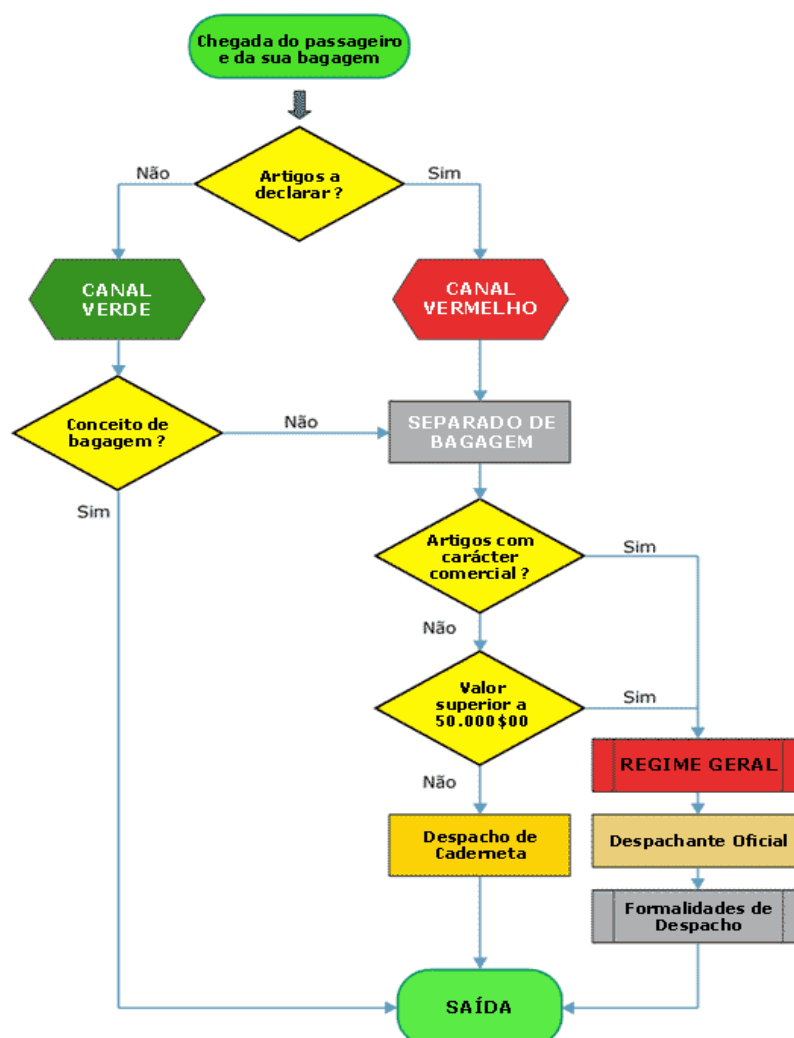
Para além disso, cabe também aos poderes públicos apoiá-las efectivamente na projecção da identidade nacional e na promoção dos seus interesses junto das respectivas sociedades de acolhimento. Para tanto, será desejável que os caboverdianos, e especialmente os das novas gerações e os descendentes, estejam plenamente integrados nessas sociedades, preocupação que continuará a merecer atenção prioritária na actuação externa do governo, que também continuará a dar especial atenção ao reforço da ligação dos emigrantes cabo-verdianos à realidade do país.

Neste sentido, o Governo da VII Legislatura propõe-se:

- a) Manter um diálogo aberto e construtivo com as comunidades, particularmente os dirigentes associativos, líderes, intelectuais, e agentes económicos, tendo em vista a forja de uma visão de longo prazo e a promoção de práticas consequentes com o objectivo de inserção e afirmação nas sociedades de acolhimento e de participação no desenvolvimento de Cabo Verde;
- b) Estimular igualmente a plena participação cívica e política nas sociedades de acolhimento, desenvolvendo parcerias inovadoras com todos os actores interessados e desenvolvendo um diálogo político-diplomático favorecedor de tal integração;
- c) Adoptar medidas que favoreçam a manutenção e o reforço da ligação a Cabo Verde das comunidades no exterior, para que se identifiquem cada vez mais com os valores da cultura cabo-verdiana, dando especial atenção às novas gerações;
- d) Negociar acordos de regulação de fluxos migratórios que garantam melhor enquadramento à emigração de cabo-verdianos e propiciem a sua integração nos países receptores, quer se trate de destinos tradicionais da nossa emigração quer de novos destinos;
- e) Continuar a incentivar e apoiar iniciativas empresariais das comunidades cabo-verdianas em Cabo Verde, prestando-se particular atenção à melhoria e clarificação do quadro de incentivos, dentro de uma política global e coerente de promoção de investimentos;
- f) Garantir, no quadro da implementação e funcionamento das Casas do Cidadão e das Casas de Direito, tratamento adequado à especificidade da demanda do emigrante, em particular no que respeita a habitação, direito de propriedade e actividade económica;
- g) Continuar a realizar projectos que facilitem o gozo de férias em Cabo Verde, bem como o regresso definitivo daqueles que o desejem;
- h) Criar um quadro de incentivos para uma efectiva participação de quadros cabo-verdianos altamente qualificados no processo de instalação da Universidade de Cabo Verde;
- i) Capitalizar ainda mais o papel das comunidades caboverdianas no aprofundamento das relações com os países de acolhimento, quer através de acções de promoção e defesa de interesses específicos de Cabo Verde junto de instâncias decisórias desses países;
- j) Negociar acordos de segurança social, com vistas a melhorar a protecção social dos emigrantes caboverdianos e seus familiares;
- k) Reforçar o apoio às comunidades mais carenciadas, colocando a situação das mesmas na agenda do diálogo diplomático com as autoridades dos países de acolhimento respectivos;
- l) Desenvolver esforços para que, no acesso ao ensino superior e técnico, um tratamento especial continue a ser dispensado aos estudantes carenciados provenientes das comunidades no exterior;
- m) Adequar a rede consular de Cabo Verde às reais necessidades de cada comunidade, ajustando o perfil dos postos e os recursos humanos e técnicos às suas exigências e dimensão;
- n) Generalizar e concluir o processo de informatização e modernização das representações consulares e conferir maior prontidão e qualidade ao atendimento dos seus utentes;
- o) Continuar a privilegiar a criação de espaços de projecção da cultura de Cabo Verde através de actividades das próprias comunidades, com o apoio e enquadramento político-diplomático das representações de Cabo Verde;
- p) Tomar medidas tendentes a facilitar a prática e a transcrição de actos registrais relacionados com emigrantes cabo-verdianos, designadamente em matéria de nacionalidade, com vistas a propiciar-lhes uma mais activa participação cívica e política em Cabo Verde, adentro do espírito de Nação Global.

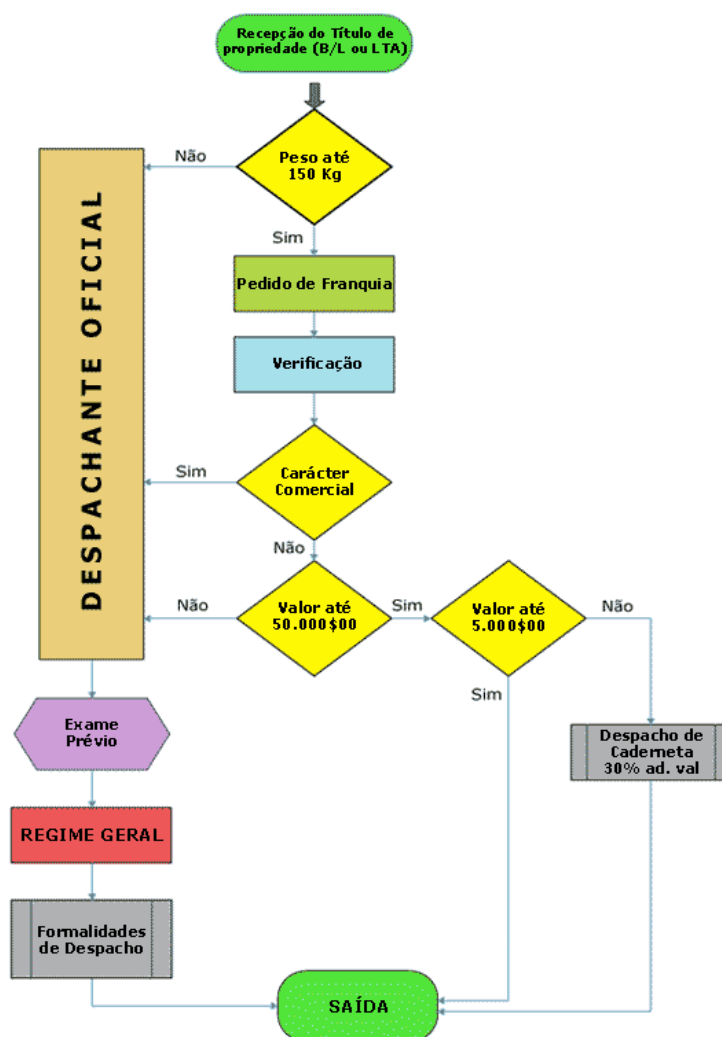
Fonte: Programa do Governo

ANEXO E - Despachar Bagagem (Alfândegas de Cabo Verde)



Fonte: www.alfandegas.cv

ANEXO F - Despachar mercadoria (Alfândegas de Cabo Verde)



Fonte: www.alfandegas.cv

ANEXO G – Importação (2010)

Nº	Designação dos Produtos	Valor (ECV)	Peso (Kg)
1	Gasóleo	4.106.920.6	78852323
2	Artefactos diversos para usos eléctricos	2.948.065.4	3253442
3	Ferro, aço	2.747.266.9	32252419
4	Cimento	2.361.272.212	296.312.844
5	Arroz	2.096.039.458	34.577.652
6	Artefactos de escritório	2.061.360.740	915.765
7	Plástico e suas obras	1.847.253.873	7.926.828
8	Tractores e veículos p/transporte de carga	1.450.438.110	2.558.753
9	Fuel-oil	1.365.699.476	38.259.128
10	Automóveis para transporte de pessoas	1.329.317.660	1.549.925
11	Óleos alimentares	1.309.389.544	9.913.840
12	Leite em pó	1.229.970.754	3431762
13	Máquinas e aparelhos eléctricos	1.191.934.694	1080942
14	Cerveja	911.528.050	10450579
15	Medicamentos	901.381.944	327.196
16	Móveis	888.000.819	3.176.500
17	Carne e miudezas de aves (exc. em conservas)	885.811.319	7.479.867
18	Art.cerâmicos e art.higiénicos de ferro ou aço	851.151.978	21.092.938
19	Gás propano, butano e natural	809.075.653	10.741.724
20	Aparelhos terapêuticos	800.198.188	282.854
21	Máquinas para construção	788.123.894	1.554.531
22	Instrumentos de telecomunicações	768.253.432	77.698
23	Açúcar	756.167.503	12410250
24	Preparados alimentares n.e	708.901.788	3618258
25	Frutas	664.642.832	6003671
26	Papel e suas obras (exc. material de imprensa)	618.418.824	2.597.919
27	Madeira e seus derivados	609.947.710	11.967.255
28	Alumínio	570.673.509	1.675.843
29	Milho	551.341.165	20.424.412
30	Meios de transporte n.e	548.993.156	827.343
31	Gasolina super	546.061.152	8.403.932
32	Preparados e conservas, de carne	528.431.746	2.325.107
33	Leite não concentrado	511.483.611	7.309.607
34	Aparelhos de som e de imagem	509.057.907	387428
35	Vinho	482.484.381	5593082
36	Sumos de frutas	471.695.834	5913888
37	Motores para meios de transporte	467.716.539	183.288
38	Bebidas n.e	451.898.172	10.293.774
39	Bombas e geradores	441.270.504	450.080
40	Artefactos n.e, de tecidos	432.012.266	2.245.600
41	Massas alimentícias e outros prep. de	431.699.730	3.156.731

A presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora – Visão dos emigrantes residentes em Portugal.

	cereais		
42	Barcos	416.852.302	1.545.670
43	Máquinas n.e	403.473.304	493.949
44	Trigo em grão	396.685.713	17.352.199
45	Preparados n.e, de legumes	388.313.361	3320360
46	Óleos lubrificantes	379.486.892	2300048
47	Carne bovina e suína (exc. em conservas)	347.232.632	977311
48	Yogurtes e outros lacticínios	325.603.369	2.434.463
49	Máquinas de transporte	319.738.523	696.183
50	Televisores	319.611.179	419.119
51	Preparados para sopas e caldos	308.954.587	657.783
52	Perfumaria e outros cosméticos	307.943.075	1.396.436
53	Autocarros	307.078.016	373.035
54	Queijo	272.102.637	618.956
55	Batata comum	266.985.453	7.703.851
56	Legumes secos	258.050.818	2738137
57	Resíduos e preparados p/alimentação de animais	249.908.864	6552885
58	Produtos de moagem	243.947.251	5718552
59	Partes e acessórios para veículos automóveis	238.344.203	476.460
60	Congeladores (exc. para usos domésticos)	235.322.296	431.895
61	Aparelhos electromecânicos de uso doméstico	234.483.209	1.539.651
62	Obras de madeira (exc. móveis)	226.481.387	1.876.714
63	Candeeiros e lustres eléctricos	215.335.878	225.157
64	Cigarros	210.518.250	50.976
65	Máquinas industriais	208.551.573	294.654
66	Detergentes	204.042.292	2.243.133
67	Cebola, alho e outros prod. hortícolas aliáceos	201.945.051	2607773
68	Produtos químicos inorgânicos	183.491.254	3480961
69	Material para construção	174.986.026	44669247
70	Calçado	174.458.775	1.151.680
71	Livros, jornais e revistas	173.804.869	315.328
72	Peixe, crustáceos e moluscos	160.079.060	403.001
73	Ferragens, guarnições	150.096.785	446.989
74	Sabão	150.021.396	1.270.893
75	Vestuários e acessórios (exc. de malha)	145.933.177	768.250
76	Aparelhos de uso doméstico, não eléctricos	145.870.378	553.330
77	Ferramentas manuais	145.342.610	248.760
78	Tintas, vernizes	142.934.149	884858
79	Alimentos de crianças	142.173.094	560217
80	Asfalto, betume	140.642.392	2859921
81	Artigos n.e para imprensa	136.625.440	581.413

A presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora – Visão dos emigrantes residentes em Portugal.

82	Peças e acessórios para aviões	122.421.597	8.110
83	Ferramentas n.e	118.174.987	206.925
84	Pneus para automóveis	116.557.080	532.953
85	Café em grão	115.326.358	540.405
86	Artefactos de malha confeccionados	113.108.375	428.598
87	Pregos, parafusos	109.635.165	545.805
88	Leite condensado	107.127.044	810.825
89	Concentrados de tomates	102.216.856	1067015
90	Confeitarias	97.691.649	543220
91	Máquinas de lavar roupa	91.195.760	251150
92	Pneus para camiões	85.600.282	251.649
93	Artefactos de recreio	85.154.197	209.798
94	Papel de imprensa	79.562.324	525.214
95	Whisky	77.427.309	225.078
96	Chocolates	71.555.373	263.370
97	Telhas, tijolos	58.905.508	3.458.375
98	Tabaco não manufacturado	57.869.613	34.056
99	Produtos químicos orgânicos	56.494.371	109.897
100	Tecidos n.e	56.159.787	284299
101	Manteiga	54.571.856	109837
102	Leveduras	52.227.984	188811
103	Couve, alface, cenoura e nabo	51.367.988	955.472
104	Brinquedos	45.417.304	228.493
105	Louça sanitária	44.529.275	211.607
106	Artigos de vidro para serviço de mesa	42.815.797	353.327
107	Máquinas agrícolas	32.289.197	76.437
108	Material de escrever	29.519.611	80.930
109	Adubos	29.088.834	396.828
110	Tomates	28.156.379	321.592
111	Aparelhos electrotérmicos de uso doméstico	27.084.552	55074
112	Tapetes e outros revestimentos, de mat. têxteis	26.698.561	66316
113	Preparados e conservas, de peixe	25.806.595	136322
114	Café transformado	25.348.069	96.221
115	Batata semente	23.524.344	403.163
116	Doces e geleias	21.884.639	215.538
117	Tecidos de algodão	20.744.805	50.262
118	Pára-brisas e retrovisores	19.770.610	62.698
119	Tecidos sintéticos	19.404.118	53.311
120	Pilhas eléctricas	18.496.716	134.482
121	Vidros	17.652.034	84.457
122	Sementes e frutos para sementeira	14.103.706	31.114
123	Fósforos	12.021.954	63.406
124	Aparelhos de fotografia e cinematografia	11.335.474	4.823
125	Rádios	10.842.178	26.871

A presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora – Visão dos emigrantes residentes em Portugal.

126	Peças para motociclos	4.726.612	8.258
127	Relógios	3.472.239	15.802
128	Câmaras-de-ar	3.325.474	22.976
129	Máquinas de lavar loiça	3.122.942	7.097
130	Joalharia	2.836.780	16.855
131	Seda e lã	1.305.066	2.728
132	Cereais n.e (exc. milho e arroz)	1.050.327	13.803
133	Gasolina para aviões	360.457	2.868
134	Tecidos de malha	307.899	867
135	Forragens	103.203	2.076
136	Artigos não incluídos nas rubricas anteriores	5.719.305.877	37.178.179
Total		61.771.606.317	847.072.819

Fonte: www.alfandegas.cv

ANEXO H – Calculadora de excesso de bagagem

Calculadora de excesso de bagagem

Dados do voo:

Itinerário:

Lisboa, Portugal (LIS) to Praia, Cabo Verde (RAI)

Classe de Reserva:

Económica

Modalidade:

Conceito de Peso

Bagagem:

30 kg

[Submeter novo cálculo](#)

Custos aplicáveis

Bagagem de porão permitida: **20kg + 5kg (tolerância)**

Quantidade de bagagem em excesso: **5 kg**

Taxa aplicável por cada quilo extra: **15 EUR**

Terá a pagar 75 EUR de excesso de bagagem no aeroporto.

Nota: informação válida apenas para voos operados pela TAP Portugal.

Fonte: TAP- Transportes Aéreos Portugueses.

Esta tabela pretende mostrar o montante em euros que os emigrantes estão despostos a pagar por cada 5 kg de excesso de bagagem. De realçar que de acordo as entrevistas a média de peso que costumam levar nas bagagens é de 8kg.

ANEXO I – Localização de Cabo Verde no Mapa



Mapa 1- Mapa de Cabo Verde em relação ao continente africano e Portugal

A presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora – Visão dos emigrantes residentes em Portugal.



Mapa 1- Localização das ilhas de Cabo Verde

ANEXO J – Local de estudo

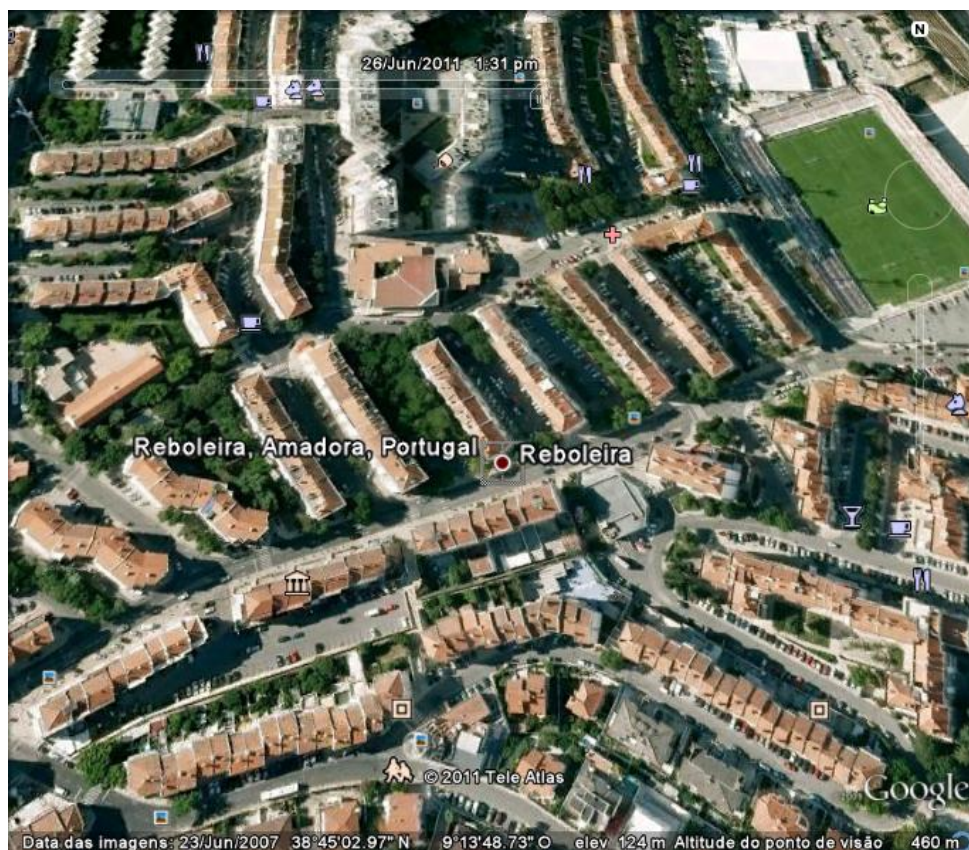


Imagem 1- Reboleira

A presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora – Visão dos emigrantes residentes em Portugal.



Imagem 2- Ventoura

A presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora – Visão dos emigrantes residentes em Portugal.



Imagem 3- Falagueira

A presença em Cabo Verde de objectos adquiridos no exterior pela diáspora – Visão dos emigrantes residentes em Portugal.

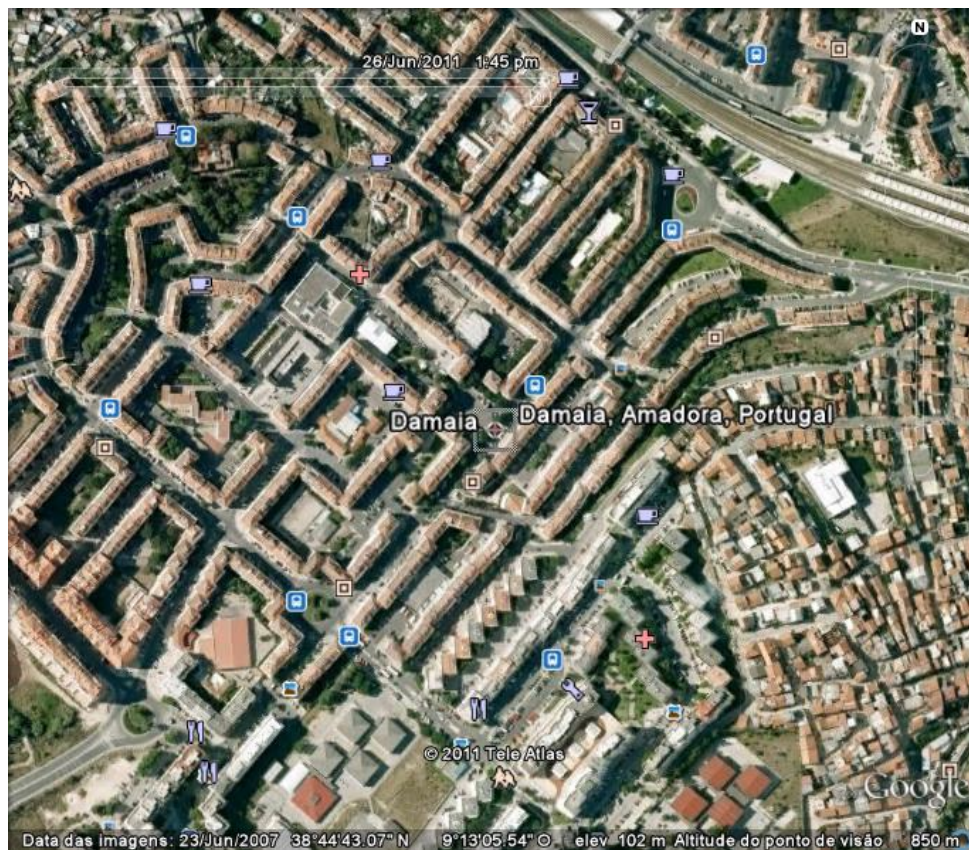


Imagem 4- Damaia

APÊNDICE: QUESTÕES ORIENTADORAS DA INVESTIGAÇÃO

Emigrantes residentes em Portugal

Objectivos Específicos:

- Compreender como é que os Cabo-verdianos residentes em Portugal (na zona da grande Lisboa) se relacionam com os familiares em Cabo Verde.
- Entender como é que avaliam a situação cultural, económica e social em Cabo Verde.
- Identificar os Objectos mais solicitados pelos cabo-verdianos residentes em Cabo Verde aqueles que residem no estrangeiro.
- Compreender a forma como se preparam as viagens para Cabo Verde.
- Identificar os produtos que levam nas bagagens para Cabo Verde.
- Estabelecer a ligação entre os objectos existentes no exterior e a construção de projectos migratórios.
- Estabelecer a ligação entre os hábitos de consumo daqueles que residem no exterior e os produtos levados nas bagagens.

1.1 CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-DEMOGRÁFICA

- 1.1.1 Sexo:
- 1.1.2 Idade:
- 1.1.3 Profissão:
- 1.1.4 Qual o seu estado civil?

1.2 EMIGRAÇÃO

- 1.2.1 Há quanto tempo está em Portugal?
- 1.2.2 Qual a principal razão que o levou a sair de Cabo verde?
- 1.2.3 Qual era a sua situação profissional em Cabo Verde?
- 1.2.4 - Ambiciona voltar para Cabo Verde?

1.3 INTEGRAÇÃO NA COMUNIDADE

- 1.3.1 Quando veio para Portugal vinha acompanhado pela sua família?

- 1.3.2 Pensa mandar vir para Portugal algumas das pessoas (familiares ou amigos) que ainda estão em Cabo Verde?
- 1.3.3 Quais são as suas principais dificuldades na adaptação à sociedade portuguesa?
- 1.3.4 Costuma participar em festas/convívios organizados pela sua comunidade de origem?
- 1.3.5 Como avalia a sua vida como emigrante?

1.4 INTERACÇÃO COM OS FAMILIARES EM CABO VERDE/REMESSAS DOS PRODUTOS.

- 1.4.1 - Costuma estar em contacto permanente com os seus familiares em Cabo Verde?
- 1.4.2 - Com que frequência costuma ir de férias para Cabo Verde?
- 1.4.3 - Quais são os produtos mais solicitados pelos seus amigos e familiares residentes em Cabo Verde?
- 1.4.4 Há quanto tempo envia produtos para Cabo Verde? Com que frequência?
- 1.4.5 Qual o motivo do envio desses produtos?
- 1.4.6 Onde é que compram esses produtos? Na Feira? Centro Comercial? Nos amigos? Outros?
- 1.4.7 - Como é que eles interagem com esses objectos levados pela diáspora?
- 1.4.8 – Porque é que os emigrantes valorizam os produtos vindo da terra natal na diáspora, e em Cabo verde fazem o contrário, ou seja valorizam mais os produtos levado da diáspora?
- 1.4.9 - A aquisição de objectos materiais influenciou de alguma forma o seu projecto migratório?
- 1.4.10 - Será que a questão da marca e do preço são critérios essenciais para esta distinção a nível de produtos de consumo?
- 1.4.11 - Qual é o grau da dificuldade na aquisição dos produtos existentes no mercado internacional, comparativamente com os produzidos em Cabo verde?
- 1.4.12 Acha que o consumo desses produtos poderá um dia acabar com o consumo dos produtos ditos tradicionais em Cabo verde?
- 1.4.13 Será que as remessas dos produtos produzidos no estrangeiro têm como fim transmitir uma recordação da Imigração?

- 1.4.14 Como avalia os produtos que vêm do estrangeiro em relação aos que são produzidos em Cabo Verde.

1.5 VIAGEM

- 1.5.1 - O que é que leva na bagagem quando vai para Cabo Verde?
- 1.5.2 – Quanto é que gasta na altura das viagens com os produtos que vêm nas bagagens?
- 1.5.3 O quê que não pode faltar nas suas bagagens, em termos de objectos materiais?
- 1.5.4 Consegue indicar os produtos que costuma levar para dar aos amigos e familiares, e os que são levados para si próprio, mas para ficarem lá, e os para si próprio mas para uso próprio durante as férias?
- 1.5.5 Como que valoriza a produção musical feita pelos cabo-verdianos na diáspora e os que são produzidos em Cabo Verde? Têm alguma diferença em termos expressivos?